Pemasaran Online

Kelas 10 Semester 2

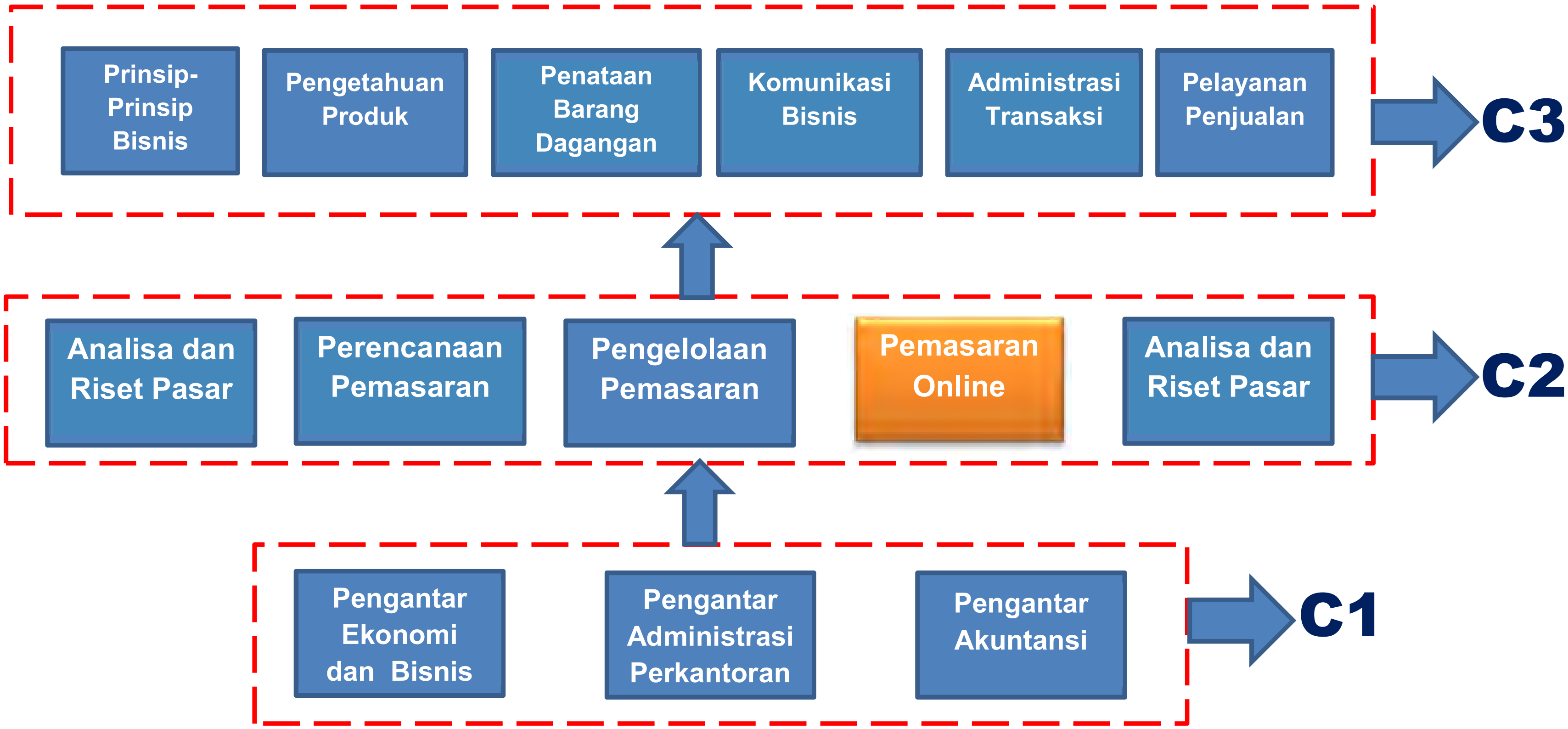
Endar Nirmala, S.Kom, M.T

Pusat Pengembangan Pemberdayaan Pendidik dan Tenaga Kependidikan Bisnis dan Pariwisata

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

PETA KEDUDUKAN BAHAN AJAR



GLOSARIUM

Iklan online	metode periklanan dengan menggunakan media internet dan web(*World Wide Web*)dengan tujuan menyampaikan pesan pemasaran (promosi) untuk menarik pelanggan
Ads	iklan
Awareness	Membangun kesadaran
Lead time	waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan suatu kegiatan produksi media
Pop up	istilah yang digunakan untuk iklan atau banner yang tampil pada halaman web diatas Konten
Pop up blocker	aplikasi untuk memblok iklan pop up
Ad blocker	Aplikasi untuk memblokir iklan
Smartphone	telepon pintar
Contextual ads	Iklan ini ditampilkan di halaman web dengan target individu tertentu yang mengunjungi *website*.
Searc h ads	Iklan ini ditampilkan pada halaman web hasil pencarian dan jaringannya
Iklan Direktori online	Iklan yang tampil pada suatu direktori tertentu.
Iklan Daftar local	Jenis iklan ini gratis dan diperuntukan untuk untuk bisnis lokal.
Iklan konten	Iklan konten ditampilkan pada halaman website berupa teks link yang sesuai dengan aturan penyedia konten ads
Iklan *display*	Iklan yang ditampilkan kombinasi antara teks, gambar dan animasi (tetapi tidak interaktif seperti *rich* media)dan setiap iklan *display* memiliki ukuran yang telah diatur
Interstitial banners	banner yang ditampilkan antara halaman di situs Web. Ketika Anda mengklik dari satu halaman ke halaman lainnya, Anda akan ditampilkan iklan ini sebelum halaman berikutnya ditampilkan
Pop-up dan pop-under	Iklan banner ini tampil pada jendela baru

	yang lebih kecil di atas atau di bawah halaman web
Floating advert	Iklan ini muncul di lapisan atas konten, tapi tidak dalam jendela terpisah.
Wallpaper advertising	Jenis Iklan ini mengubah latar belakang halaman web yang dilihat.
Map advertising	Jenis iklan ini ditampilkan pada web pencarian suatu tempat yang hasilnya ditunjukkan pada peta atau solusi pemetaan online
Iklan Banner	Iklan banner adalah sebuah gambar atau animasi yang ditampilkan pada sebuah web untuk tujuan periklanan.
Video online advertising banner	Bentuk iklan yang ditargetkan pada konten video.
Iklan Media Sosial	Iklan ditampilkan kepada pengguna jejaring sosial.
Iklan rich media(multimedia)	iklan yang dapat berinteraksi dengan konsumen dan merupakan gabungan antara video, teks, gambar, animasi dan suara
Social Bookmark	suatu teknologi web yang dapat Anda gunakan untuk menyimpan, mengatur dan berbagi bookmark dari web/blog
RSS feed (*Rich Site Summary*)	link dengan baris subjek dan tanggal setiap entri blog
Ad Networks	Sebuah jaringan (network) iklan yang menghubungkan dan memediasi antara pemasang

	iklan dengan pemilik situs web.
Rep Ad Agencies	Agen periklanan yang mewakili blog-blog serta situs web tertentu dan memediasi penjualan mereka untuk kampanye-kampanye besar yang dilakukan brand-brend besar ataupun agensi iklan besar
RSS Advert	Iklan ini ditampilkan di dalam RSS Feed
Sponsorship	Merupakan bentuk bantuan dana atau dapat juga dalam bentuk produk/layanan sebagai ganti promosi terhadap suatu brand.
Pay Per Impression	Pengiklan harus membayar setiap kali iklan tampil pada halaman web penyedia iklan
Pay Per Click	Pengiklan membayar pemasang iklan setiap kali pengunjung *mengklik* pesan iklan mereka
Pay Per Action	Pengiklan hanya membayar untuk iklan mereka bila pengunjung telah *melakukan tindakan* yang diinginkan
Pay Per Sale.	Tipe yang kedua memberikan komisi sesuai dengan jumlah produk atau layanan yang berhasil terjual melalui link yang ditampilkan affiliator
Pay Per Lead	Tipe pembayaran ini memberikan komisi berdasarkan jumlah orang yang telah mengisi form (isian), survey, atau sign up untuk menjadi member pada website pemilik program affiliate.
Pay Per Download	Tipe pembayaran ini memberikan komisi berdasarkan orang yang mendownload file atau produk yang ditawarkan penyelenggara affiliate.
Pay Per Play	Tipe pembayaran ini memberikan komisi sesuai dengan jumlah orang yang memutar audio ataupun video yang ditampilkan oleh

	affiliator.
Pay Per Read	Dan untuk tipe pay per read, komisi diberikan bila Anda sendiri mengklik/membaca iklan yang disodorkan dan diatur dalam durasi tertentu
Cost Per Interaction	Dengan model ini, pengiklan membayar untuk iklan rollover, biasanya ditempatkan dalam video atau aplikasi
e-commerce (perdagangan elektronik)	penyebaran, pembelian, penjualan, pemasaran barang dan jasa melalui sistem elektronik seperti internet atau televisi, www, atau jaringan komputer lainnya. E-Commerce dapat melibatkan transfer dana elektronik, pertukaran data elektronik, sistem manajemen inventori otomatis, dan sistem pengumpulan data otomatis. Mudahnya disebut toko online
Banner	media untuk mempromosikan produk dalam bentuk gambar.
Afiliasi	cara menghasilkan uang dengan menjual produk dari perusahaan atau lembaga pemilik produk (affiliate merchant), dengan bergabung menjadi pemasar produk (affiliate marketers), dan (hanya) dibayar setelah produk terjual
Mobile Marketing	seperangkat praktek pemasaran yang memungkinkan organisasi atau pebisnis untuk berkomunikasi dan terlibat dengan audiens atau konsumen mereka secara interaktif dan relevan melalui perangkat mobile atau jaringan nirkabel
MMS	pengiklan dapat mengirim pesan teks, video,

	dan slideshow gambar dari produk
Game Mobile Marketing	mempromosikan produk yang sedang dipromosikan dalam beberapa permainan.
usability	suatu istilah yang menunjukkan kemudahan manusia untuk menggunakan suatu alat tertentu atau objek buatan manusia lainnya untuk mencapai tujuan tertentu
Kode QR	barcode dengan sekelompok garis paralel digunakan untuk memasukkan alamat situs yang panjang yang cukup merepotkan jika browsing internet
adsense	program kerjasama periklanan melalui media Internet yang diselenggarakan oleh Google. Melalui program periklanan AdSense, pemilik situs web atau blog yang telah mendaftar dan disetujui keanggotaannya diperbolehkan memasang unit iklan yang bentuk dan materinya telah ditentukan
Blog	singkatan dari web log adalah bentuk aplikasi web yang menyerupai tulisan-tulisan (yang dimuat sebagai posting) pada sebuah halaman web umum sesuai dengan topik dan tujuan dari si pengguna blog tersebut.
Body	bagian Isi (informasi) dalam website
cyberspace	dunia maya
disadvantage	Kerugian
meta data	bagian informasi data tersembunyi dari suatu halaman
user-friendly	mudah digunakan
riset primer	riset yang dilakukan dengan cara bertemu atau

	mewawancarai pelanggan, baik secara langsung maupun melalui email dan chat.
Riset sekunder	riset yang dilakukan dengan mengevaluasi data-data dalam buku-buku di perpustakaan, baik offline maupun online.
riset kuantitatif	dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner dan kemudian mengolah datanya dengan menggunakan metode statistic
riset kualitatif	riset yang dilakukan dengan melakukan observasi langsung atau tanya-jawab dengan pelanggan maupun calon pelanggan.
Pricing strategi	penetapan harga yang dilakukan dengan menambahkan hadiah, memberikan diskon, mempercantik harga (mengurangi sedikit decimal dibelakang koma), dan menegaskan harga dengna memberikan tanda penjelas untuk harga yang ditawarkan.
Eye-catchy	penataan yang enak dipandang dan mudah diingat, menarik perhatian
After-sales	pelayanan purna jual

PENDAHULUAN

A. Deskripsi

Konsep *e-marketing* pada dasarnya sama dengan marketing biasa, yakni bagaimana agar produk yang dijual dapat terjual. Di dalamnya terdapat segala unsur yang mempengaruhi penjualan suatu produk dan bagaimana agar penjualan berlangsung efektif dan efisien. Pihak produsen pasti ingin mengalami keuntungan, tidak ada yang ingin mengalami sebaliknya, bukan? Maka dari itu muncullah ide untuk membuat versi *online* dari strategi marketing yang mereka rencanakan. Dunia *online* dan dunia nyata pasti berbeda keuntungan dan hambatannya. Oleh karena itu implementasi atau perwujudan dari sebuah strategi *e-marketing* dengan marketing biasa pasti juga berbeda.

E-Marketing bukanlah tentang bagaimana seseorang menciptakan sebuah website namun lebih merujuk ke bagaimana sebuah bisnis online dapat dibangun dan dijalankan. Membentuk sebuah lingkungan bisnis dimana konsumen mengambil alih dan ikut turut andil dalam menentukan pilihan pembeliannya. Melalui bentuk dialog dan komunikasi dua arah yang baik maka E-Marketing pun dapat berjalan dengan maksimal.

Dengan demikian *e-marketing* adalah salah satu cara memasarkan produk secara online dan merupakan cara baru untuk dapat memperluas cakupan target audience. Jika sebuah perusahaan telah terjebak dengan cara tradisional yang tidak kunjung berhasil, maka *e-marketing* adalah jawabannya karena internet dapat dikatakan mengandung orang-orang baru yang mungkin belum *aware* terhadap produk yang dijual sebuah perusahaan dan dapat menjadi target selanjutnya.

Media pemasaran online meliputi, iklan online, eCommerce, mobile marketing, sosial media atau jejaring sosial, teknik afiliasi, email marketing, optimasi search engine dan strategi pemasaran online.

Pada buku ini yang merupakan kelanjutan dari buku pemasaran online semester satu akan membahas iklan online, eCommerce, mobile marketing, teknik afiliansi, penggunaan adsense dan strategi pemasaran online.

B. Prasyarat

Sebelum mempelajari buku ini sebaiknya anda sudah tuntas mempelajari buku pemasaran online semester I.

C. Petunjuk Penggunaan

Agar anda dapat mempelajari buku ini lebih baik perhatikan petunjuk berikut:

- Baca dan pahami buku ini mulai dari halaman pertama
- Pahami istilah-istilah yang terdapat pada glossary
- Pahami setiap tujuan dari setiap kegiatan belajar
- Kerjakan setiap tugas pada pada setiap kegiatan belajar
- Tidak dibenarkan melanjutkan kepada kegiatan belajar berikutnya, apabila pada kegiatan belajar yang bersangkutan belum tuntas

D. Tujuan Akhir

Anda diharapkan mampu memahami dan mengaplikasikan marketing online ini dalam kehidupan sehari-hari untuk memulai membangun sikap Enterprenour dan berwirausaha sendiri.

E. Kompetensi Inti dan Kompetensi Dasar

KOMPETENSI INTI	KOMPETENSI DASAR
1. Menghayati dan mengamalkan ajaran agama yang dianutnya	1.1. Memahami nilai-nilai keimanan dengan menyadari hubungan keteraturan dan kompleksitas alam dan jagad raya terhadap kebesaran Tuhan yang menciptakannya 1.2. Mendeskripsikan kebesaran Tuhan yang menciptakan berbagai sumber energi di alam 1.3. Mengamalkan nilai-nilai keimanan sesuai dengan ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari
2. Menghayati dan Mengamalkan perilaku jujur, disiplin, tanggung jawab, peduli (gotong royong, kerjasama, toleran, damai), santun, responsif dan proaktif dan menunjukan sikap sebagai bagian dari solusi atas berbagai permasalahan dalam berinteraksi secara efektif dengan lingkungan sosial dan alam serta dalam menempatkan diri sebagai cerminan bangsa dalam pergaulan dunia.	2.1. Menunjukkan perilaku ilmiah (memiliki rasa ingin tahu; objektif; jujur; teliti; cermat; tekun; hati-hati; bertanggung jawab; terbuka; kritis; kreatif; inovatif dan peduli lingkungan) dalam aktivitas sehari-hari sebagai wujud implementasi sikap dalam melakukan percobaan dan berdiskusi 2.2. Menghargai kerja individu dan kelompok dalam aktivitas sehari-hari sebagai wujud implementasi melaksanakan percobaan dan melaporkan hasil percobaan
3. Memahami, menerapkan dan menganalisis pengetahuan faktual, konseptual, dan	3.7. Menerapkan iklan on-line 3.8. Menerapkan Pemasaran dalam E-Commerce.

KOMPETENSI INTI	KOMPETENSI DASAR
prosedural berdasarkan rasa ingin tahunya tentang ilmu pengetahuan, teknologi, seni, budaya, dan humaniora dalam wawasan kemanusiaan, kebangsaan, kenegaraan, dan peradaban terkait penyebab fenomena dan kejadian dalam bidang kerja yang spesifik untuk memecahkan masalah.	3.9. Menerapkan Pemasaran pada situs mobile 3.10 Memahami afiliasi Pemasaran 3.11. Memahami adsense dan Blogging 3.12. Memahami strategi membuat Pemasaran on-line
4. Mengolah, menalar, dan menyaji dalam ranah konkret dan ranah abstrak terkait dengan pengembangan dari yang dipelajarinya di sekolah secara mandiri, dan mampu melaksanakan tugas spesifik di bawah pengawasan langsung.	4.7. Merancang iklan on-line 4.8. Mendemontrasikan Pemasaran dalam E-Commerce 4.9. Mendemontrasikan pemasaran pada situs mobile 4.10. Merancang afiliasi pemasaran 4.11. Mendemontrasikan adsense dan blogging 4.12. Merancang strategi Pemasaran on-line

F. Cek Kemampuan Awal

1. Apa yang dimaksud dengan marketing Online
2. Komponen marketing online terdiri dari apa saja, sebutkan ?
3. Apa yang dimaksud dengan Search Engine Optimization?
4. Apa yang dimaksud dengan penjualan online!
5. Media apa saja yang digunakan untuk marketing online!

PEMBELAJARAN

A. Deskripsi

Materi pembelajaran online marketing atau pemasaran online pada kelas X semeseter II ini meliputi : Pemasaran melalui Iklan Online, pemasaran melalui eCommerce, pemasaran pada perangkat mobile, cara melakukan afiliasi, Adsense dan Bloging; dan strategi pemasaran online.

B. Kegiatan Belajar

Kegiatan belajar meliputi :

- Kegiatan belajar 7 , Pemasaran melalui Iklan Online terdiri dari : Pengertian iklan on line, jenis-jenis iklan on line, tampilan dan konten iklan on line, mendistribusikan iklan on line, dan model pembayaran iklan on line
- Kegiatan belajar 8, Pemasaran melalui ecommerce terdiri dari : Pengertian E-Commerce, strategi pemasaran dalam Ecommerce, menggunakan Afiliasi pemasaran untuk mempromosikan situs E-Commerce, dan membuat aplikasi E-Commerce
- Kegiatan belajar 9, Pemasaran melalui perangkat mobile terdiri dari: Dasar-dasar pemasaran melalui perangkat mobile, spesifikasi perangkat mobile, membuat Website menggunakan template pada perangkat mobile, dan strategi pemasaran pada perangkat mobile
- Kegiatan belajar 10, Melakukan Afiliansi terdiri dari : Pengertian Afiliasi pemasaran, sejarah Afiliasi pemasaran, da cara melakukan Afiliasi pemasaran
- Kegiatan belajar 11, Adsense dan Bloging terdiri dari : Pengertian Adsense dan Blog, aara mendapat persetujuan Adsanse, menggunakan interface Adsense, menempatkan iklan di Blog, dan membuat blog
- Kegiatan belajar 12, Strategi Pemasaran Online terdiri dari : Riset pasar on line dan Saingan (Kompetitor), Strategi menarik Prospek Pelanggan, Membuat konten yang menarik, Membina hubungan pelanggan melalui berbagai media, Strategi mendapatkan pendapatan dan keuntungan

Kegiatan Belajar 7

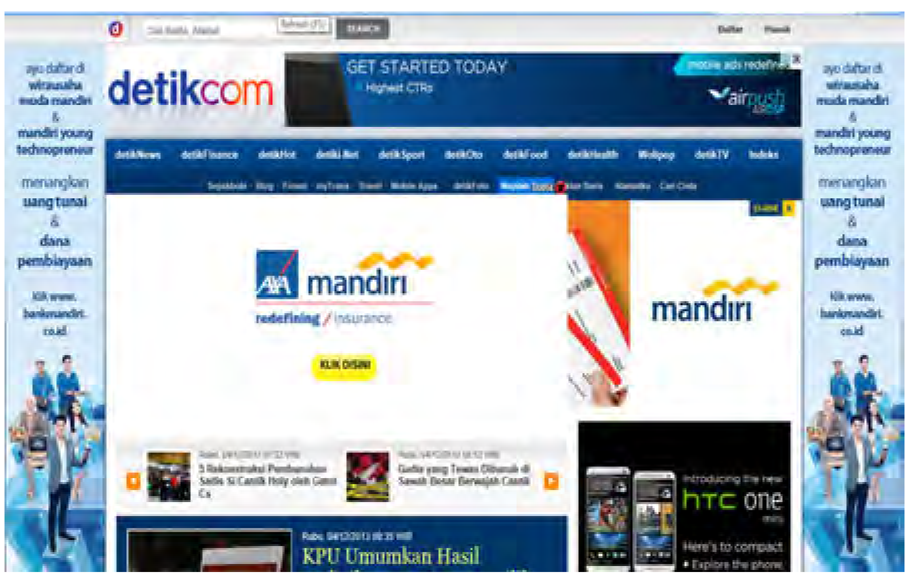
IKLAN ONLINE

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari kegiatan belajar 7 peserta didik mampu:

1. Menjelaskan pengertian iklan online.
2. Menyebutkan jenis-jenis iklan online.
3. Menjelaskan cara memasarkan iklan online.
4. Menjelaskan model pembayaran iklan online.

B. Uraian Materi



Gambar 7.1 Website Detik.com

Tugas 7.1

Amatilah Gambar 7.1 Adakah iklan yang ditampilkan? Sebutkan! Apa jenisnya? Ungkapkan pendapat anda, sampaikan dalam pembelajaran.

Browser adalah aplikasi untuk membuka website contohnya internet explorer, Google Chrome, Mozila Firefox

Telitilah lebih jauh(buka browser kalian dan ketikan www.detik.com pada address bar) Adakah iklan yang ditampilkan? Apakah iklan tersebut interaktif? Jika anda klik iklan tersebut, apa yang terjadi? Tulis hasilnya dalam kertas dan sampaikan dalam pembelajaran.

1. Iklan Online Konsep

Meningkatnya pengguna komputer telah melahirkan cara baru dalam pemasaran. Semakin populernya internet telah mengubah cara orang mengumpulkan berita, melakukan komunikasi, membeli dan berpromosi. Blog, wiki, jaringan sosial dan *website* berita adalah contoh bagaimana informasi dapat dengan mudahnya didapatkan. Informasi bergerak dengan cepat, dalam hitungan detik blog, tweet, dan profil facebook diperbaharui informasinya.

Iklan online adalah metode periklanan dengan menggunakan media internet dan web(*World Wide Web*)dengan tujuan menyampaikan pesan pemasaran (promosi) untuk menarik pelanggan

Media baru menyajikan penggabungan dari media tradisional (film, cetak, musik, gambar, teks) dan teknologi digital, khususnya internet. Konsep seperti *real time*, *on demand*, interaksi telah memaksa banyak media tradisional untuk beralih ke digital.



Gambar 7.2 Contoh blog dan wiki

Sumber: http://id.wordpress.com/ dan http://www.wikipedia.org/



Menurut Wikipedia, iklan banner yang dijual kepada firma hukum pada tahun 1993 oleh Global Network Navigator adalah yang pertama diklik. HotWired, sebuah majalah web pertama yang menjual ruang iklan dalam jumlah besar ke sejumlah pengiklan, salah satunya adalah AT & T (perusahaan telekomunikasi AS) pada bulan Oktober 1994.

Gambar 7.3 Contoh jaringan sosial (www.Facebook.com)

Sumber: www.facebook.com



Gambar 7.4 Iklan banner pertama AT & T.

Sumber: http://www.netlingo.com/word/ad-banner.php

Pada tahun 1996, iklan interaktif lahir. *Shockwave* "Pong" (banner HP), Anda dapat bermain Pong di banner, berinteraksi dengan sebuah iklan tanpa meninggalkan halaman web.



Gambar 7.5 Iklan interaktif Shockwave "Pong" (banner HP)

Sumber: http://www.seas.upenn.edu/~cis120e/hw/SwingGame/index.html

Interactive Advertising Bureau (IAB - www.iab.net) didirikan pada tahun 1996 dan berbasis di New York City. IAB, mengembangkan standar industri iklan online seperti ukuran standar *banner* dan pedoman pengukuran. Pada tahun 2003, IAB memperluas format iklan online termasuk pop-up dan format *rich media.*



Gambar 7.6 IAB

Tugas 7.2

Studi Pustaka

Carilah bahan mengenai pengertian iklan, online dan iklan online menurut pendapat para ahli!. Anda dapat menggunakan media internet/Perpustakaan sekolah!. Serta buatlah kesimpulan. Tulis pada kertas hasilnya dan ungkapkan kesimpulan anda dalam pembelajaran.

Lembar Kerja 7.1

Pengertian iklan
Sumber :
……………………………………………………………………………………………
……………………………………………………………………………………………

Pengertian Online
Sumber :
……………………………………………………………………………………………
……………………………………………………………………………………………

Pengertian Iklan Online
Sumber :
……………………………………………………………………………………………
……………………………………………………………………………………………

Sumber :
……………………………………………………………………………………………
……………………………………………………………………………………………

Kesimpulan :
……………………………………………………………………………………………
……………………………………………………………………………………………
……………………………………………………………………………………………
……………………………………………………………………………………………



Gambar 7.7 Majalah Detik

Sumber: majalah detik edisi 106 dan www.kompas.com



Gambar 7.8 Website Kompas

Tugas 7.3

1) Amatilah Gambar 7.7 dan 7.8.
2) Adakah iklan yang ditampilkan dikedua gambar tersebut?Sebutkan!
3) Apakah kedua iklan yang ditampilkan tersebut memilik tujuan yang sama?
4) Bandingkanlah apa keuntungan dan kerugian jika kalian menggunakan iklan online dan iklan ofline/tradisional(misalkan majalah, koran dan tv). Tuliskan jawaban pada kertas dan ungkapkan jawaban kalian dalam pembelajaran.

Lembar Kerja 7.2

Nama : ______________________________

Kelas : _______________________________

Iklan online	Iklan ofline/Tradisional

Tujuan Iklan online yaitu:

a. Menginformasikan konsumen tentang merek-merek baru, mendidik mereka tentang berbagai fitur dan manfaat merek, serta menfasilitasi penciptaan citra merek yang positif.
b. Membangun kesadaran (Awareness) merek, membuat konsumen sadar akan sebuah merek atau produk merupakan tujuan jangka panjang yang penting bagi setiap pemasar. Setelah konsumen tahu tentang merek/produk langkah selanjutnya adalah mendapatkan kepercayaan konsumen. Semakin baik merek/produk dikenal oleh konsumen semakin mudah bisnis atau produk dan jasa dijual, misalkan iklan online banner baik static atau interaktif, merupakan media tepat untuk mempromosikan merek. Kekuatan visual dapat dikomunikasikan dengan baik melalui media ini.
c. Menjangkau pelanggan baru dan menciptakan permintaan konsumen. Terdapat 3 langkah dalam menciptakan permintaan konsumen yaitu: 1)menginformasikan, 2) membujuk 3).mengingatkan. Iklan harus dapat meyakinkan konsumen tentang apa yang mereka butuhkan dan mengapa mereka membutuhkan. Dengan iklan online konsumen baru dapat dijaring karena batasan waktu dan wilayah bukan lagi menjadi kendala.
d. Mempersuasi(membujuk) konsumen untuk mencoba produk dan jasa yang diiklankan Semua bentuk pemasaran online perlu diarahkan untuk target penjualan jangka panjang. Namun, iklan online mendorong penjualan dalam jangka pendek dan menengah. Tidak seperti media iklan tradisional, iklan online dapat mengubah konsumen potensial menjadi konsumen yang sebenarnya dan langsung melakukan tindakan pembelian produk terhadap iklan yang ditawarkan. Konsumen dapat pergi dari iklan online yang ditawarkan langsung ke halaman web perusahaan hanya dengan satu klik. segala aktivitas konsumen dapat di lacak secara akurat dan diukur keberhasilannya. Begitu pula dengan target pengiklanan.
e. Membangun loyalitas konsumen. Setelah konsumen menyadari dan membutuhkan suatu produk, maka mereka perlu tahu bagaimana cara memenuhi keinginan atau kebutuhan tersebut. Pada titik ini penting bagi pemasar untuk menunjukkan kepada konsumen bagaimana merek tertentu atau produk terbaik akan memenuhi kebutuhan tersebut. Sehingga timbullah

loyalitas konsumen terhadap produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan.

Mengapa kalian memilih iklan online sebagai media promosi? Mungkin sebagian dari kalian akan menjawab sekarang jamannya internet, keren karena interaktif. Jika kalian memilih iklan online sebagai media promosi maka kalian akan mendapatkan beberapa keuntungan diantaranya yaitu**:**

a. Tidak ada tanggal kedaluwarsa.

   Sebuah iklan cetak seperti koran, majalah hanya dicetak untuk tanggal atau bulan tertentu saja tergantung terbitnya, begitu pula televisi. Setelah publikasi berakhir maka iklan akan menjadi usang, Media online dapat lebih fleksibel, instan dan berubah-ubah. Sebuah website dapat diakses 24 jam sehari, 7 hari seminggu (24/7) dan tidak akan pernah berakhir. Orang-orang mengunjungi situs berita favorit mereka dengan melihat banner setiap hari; pesan dapat diperkuat dan konten dapat diperbarui dalam hitungan menit.

b. *Lead time*.

   Butuh waktu berminggu-minggu, bahkan berbulan-bulan, sebelum sebuah iklan offline dapat diputar atau dicetak. Informasi online dapat dipublikasikan segera mungkin dan berubah secara teratur meskipun ada atau tidak ada lead time.

c. Kualitas paparan.

   Ketika Anda berkendara melewati billboard atau menonton iklan disela-sela film seri favorit Anda, Iklan dapat ditampilkan meskipun Anda tidak memiliki kepentingan terhadap produk yang ditawarkan, informasi yang ditawarkan pun terbatas. Berbeda dengan iklan online, konsumen hanya perlu meng-klik banner atau iklan online lainnya jika mereka tertarik, maka informasi lebih lanjut ditampilkan.

d. Kebebasan.

   Pengguna internet memiliki kontrol lebih besar atas apa yang ingin mereka lihat dan lakukan terhadap iklan online. Tidak seperti pendengar radio, penonton televise, pembaca majalah dan Koran atau iklan billboard di jalan raya, Mereka tidak memiliki kontrol atas apa yang ingin mereka dengar dari iklan radio atau lihat dari iklan di majalah. Kebebasan dalam memilih

memungkinkan pelanggan untuk mengambil keputusan untuk berinteraksi dengan merek atau tidak.

e. Jangkauan.

   Dengan media Internet iklan anda ditampilkan tanpa ada batas geografis, tidak peduli di mana lokasi konsumen Anda. Satu iklan online memiliki potensi untuk mencapai ribuan konsumen yang tersebar diseluruh dunia.

f. Biaya.

   Asalkan Anda memahami bagaimana mengelola anggaran, menemukan cara pembayaran yang paling efektif, memilih media iklan online yang tepat, maka anggaran Anda dapat dihemat dan hasil dapat lebih terukur dibandingkan iklan tradisional. Contoh sebuah iklan di tv selama 30 detik selama 1 minggu biayanya cukup menguras keuangan Anda dibandingkan dengan iklan banner di sebuah website berita atau adwords digoogle.

Apakah iklan online selalu berhasil? sebagian dari kalian akan menjawab ia dan sebagian lagi mungkin tidak, Kenapa iklan online tidak dapat berhasil, pasti karena terdapat kendala-kendala yang diantaranya yaitu:

a. Pop up blocker.

   Ketika konsumen membuka sebuah website, kadang-kadang banyak iklan yang tampil dan sangat mengganggu, Untuk menanggulangi hal tersebut konsumen dapat menggunakan *pop up blocker* pada pengaturan pada browser atau menginstal sebuah aplikasi untuk menghalau iklan banner pop up.



Gambar 7.9 Pengaturan pop up bloker di Internet Explorer

b. Ad blocker.

Sebagian besar browser saat ini dapat memblokir pop-up, bahkan pada browser Mozilla Firefox terdapat ekstensi yang dapat mengblokir iklan online seperti AdBlock Plus, begitu pula pada Google Chrome. Hal ini dapat mengakibatkan iklan yang ingin ditayangkan terblokir.



Gambar 7.10 Adblock Plus

Sumber: https://addons.mozilla.org/en-US/firefox/addon/adblock-plus/

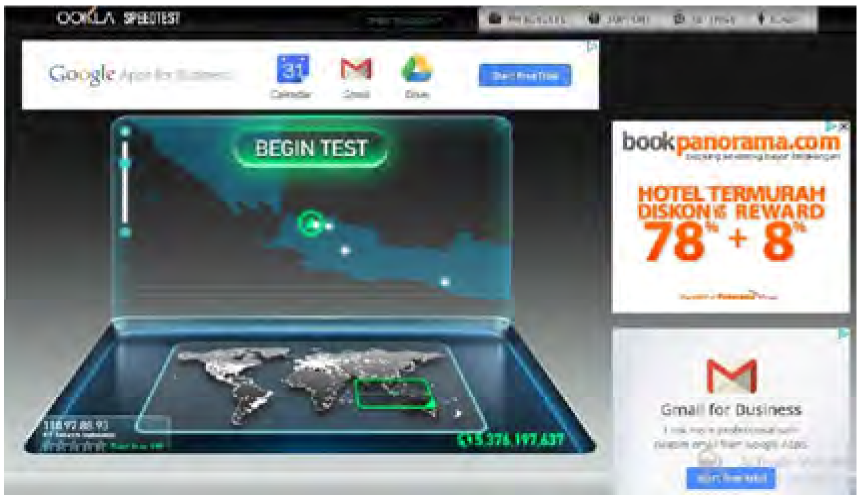
c. Kecepatan koneksi,

Bandwidth juga dapat menjadi masalah besar bagi iklan online, meskipun hal ini berangsur-angsur dapat ditanggulangi dengan hadirnya teknologi pengiriman data yang cepat.

Cara mengecek kecepatan koneksi

bukalah browser dan masukan alamat http://www.speedtest.net/

Untuk mencoba kecepatan koneksi internet kalian tekan *begin* test.



Gambar 7.11 http://www.speedtest.net/

d. Layar.

Dengan banyaknya ukuran layar komputer, tablet termasuk smarphone menyebabkan pemasar harus membuat desain yang lebih dinamis atau membuat beberapa versi iklan agar dapat dibuka disemua gadet.



Gambar 7.12 Smartphone, Tablet dan Monitor

Sumber:http://www.ecyclebest.com/blackberry/programs/blackberry-trade-up,

http://en.wikipedia.org/wiki/Computer_monitor,

http://www.123rf.com/photo_9193361_tablet-computer--mobile-phone-vector.html

Mengapa iklan online disukai? Mungkin sebagian dari kalian akan menjawab interaktif, dapat bergerak-gerak(animasi) dapat bermain game di iklan. Hal-hal tersebutlah yang membuat orang jadi tertarik oleh karena itu jika kalian akan membuat iklan ada beberapa faktor yang harus dipenuhi diantaranya adalah:

a) menarik perhatian;
b) menyampaikan pesan;
c) memikat tindakan,

Iklan yang menarik, informatif dan memikat tindakan harus memberikan arahan yang jelas karena pengguna internet akan merespon dengan baik jika diberitahu apa yang harus dilakukan, oleh karena itu isi dari iklan online harus singkat dan terarah contoh:

a) telepon sekarang untuk penawaran terbaik asuransi Anda;
b) klik di sini untuk pengiriman cepat ke rumah;
c) menyumbangkan sekarang;
d) daftar Sekarang untuk Vouher Gratis.

2. Jenis-jenis Iklan Online

Iklan online dapat dikelompokkan menjadi 3 yaitu:

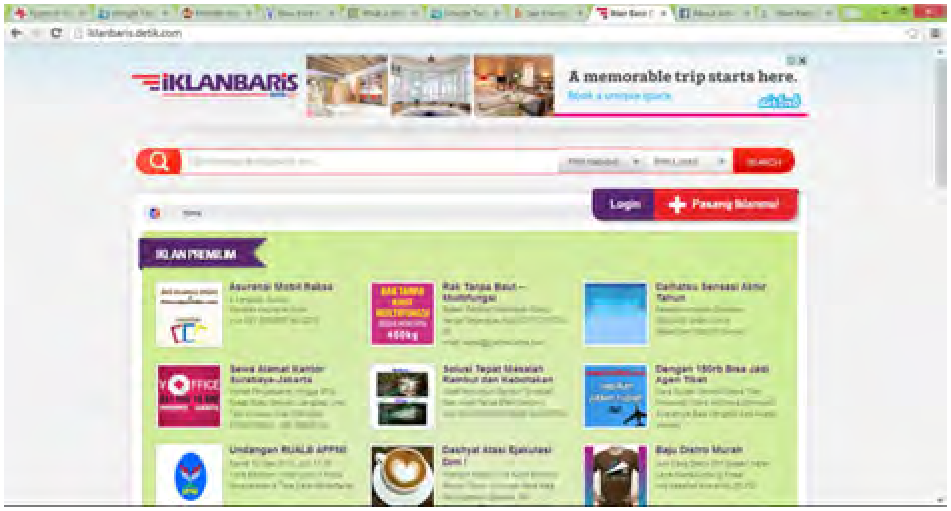
a. Iklan Text

Iklan yang ditampilkan berupa teks saja, Contoh:

1) Iklan link

Jenis iklan ini lebih ditekankan ke penulisan alamat link iklan dan keterangan singkat dari iklan itu sendiri, Dalam membuat link usahakan ditulis sependek mungkin, akan tetapi harus mewakili keseluruhan isi iklan. Jenis iklan ini biasanya ditempatkan di :

a) Iklan baris
b) Iklan teks PPC
c) Pertukaran link dengan pemilik situs web lain
d) Iklan Banner (yang berisi link iklan)



Gambar 7.13 Iklan baris detik.com

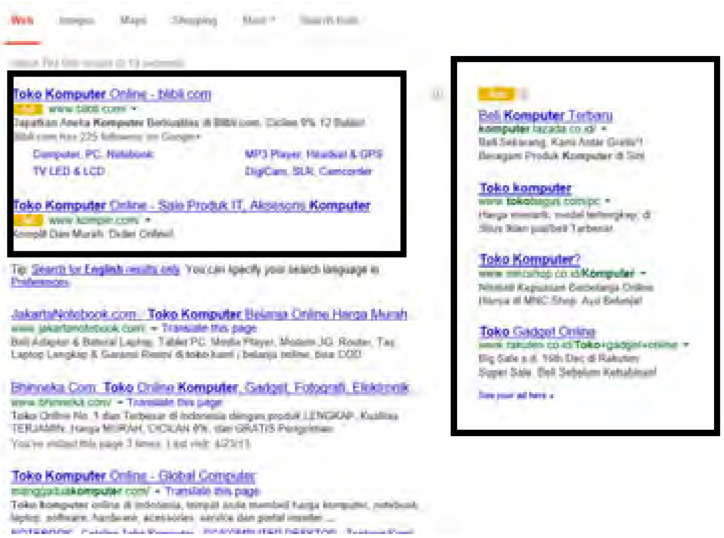
2) Iklan Kontekstual *(Contextual ads)*

Iklan ini ditampilkan di halaman web dengan target individu tertentu yang mengunjungi *website*. Sebuah sistem iklan kontekstual memindai teks dari sebuah website untuk kata kunci dan mengembalikan iklan ke halaman web berdasarkan apa yang pengguna lihat, baik melalui iklan yang ditempatkan pada halaman atau iklan pop-up. Misalnya, jika pengguna melihat website tentang olahraga, dimana website tersebut menggunakan iklan kontekstual, pengguna mungkin melihat iklan untuk perusahaan yang berhubungan dengan olahraga, seperti alat-alat olahraga atau penjual tiket pertandingan. Iklan kontekstual juga digunakan oleh mesin pencari untuk menampilkan iklan pada halaman hasil pencarian mereka berdasarkan kata apa yang pengguna telah mencari.



Gambar 7.14 *www.contextualads.yahoo.net*

3) *Iklan hasil pencarian (Search ads (*dapat disebut juga *pay per click ads))* Iklan ini ditampilkan pada halaman web hasil pencarian dan jaringannya. Tampilnya iklan berdasarkan pada kata kunci yang dicari oleh pengguna yang menggunakan layanan mesin pencari, biasanya berupa teks, dapat ditempatkan di atas, dibawah atau di sebelah kanan hasil pencarian dalam sebuah kotak dan terdapat kata "*ads*". tetapi saat ini beberapa format selain teks dapat digunakan seperti gambar atau video. Anda hanya akan membayar jika Iklan ini diklik oleh pengguna. Penyedia iklan ini (Platform)adalah Google Adwords dan Microsoft adCenter.



Gambar 7.15 Iklan Google adwords

Sumber: www.google.com

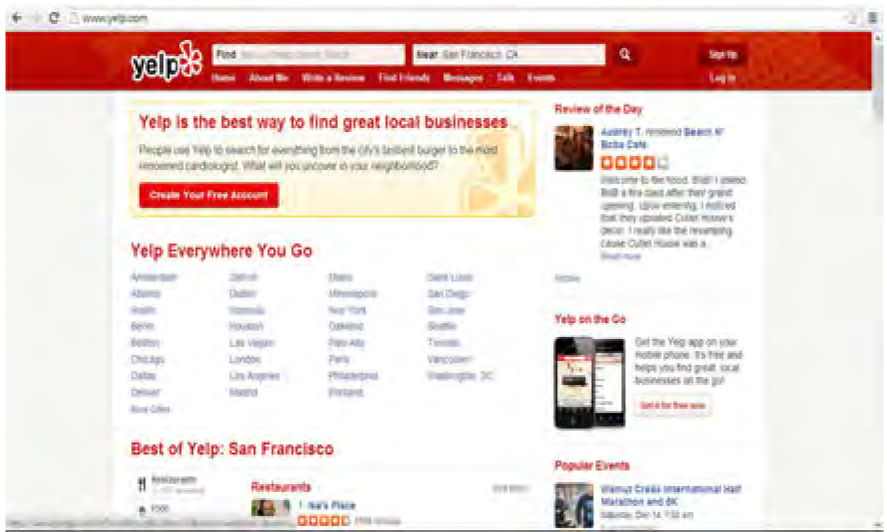
4) Iklan Direktori online*(Online directories)*

Iklan yang tampil pada suatu direktori tertentu. Contoh iklan direktori yaitu perusahaan-perusahaan yang menempatkan iklan di direktori Yellow Pages.



Gambar 7.16 *www.Adnetworkdirectory.com*

5) Iklan Daftar local(*Local Listings*) atau SEO(*Search Engine Optimizing*)Lokal. Jenis iklan ini gratis dan diperuntukan untuk untuk bisnis lokal. Contohnya Google Places untuk Bisnis, Yahoo! Local, Yelp untuk Bisnis, dan banyak lagi. Ada kemungkinan, bisnis yang anda jalani sudah terdaftar, Anda hanya perlu mengklaim saja. Sebagian isi dari list ini disediakan oleh Yellow Pages atau perusahaan besar lainnya seperti InfoUSA yang telah mengumpulkan informasi ini selama bertahun-tahun. Pastikan daftar Anda diklaim, *up to date*, dan memiliki informasi yang kaya dan relevan.



Gambar 7.17 www. yelp.com

6) *Iklan konten (Content ads)*

Iklan konten ditampilkan pada halaman website berupa teks link yang sesuai dengan aturan penyedia konten ads, Adapun cara kerjanya adalah sistem Iklan konten menganalisa halaman website Anda secara berkelanjutan, mencari kata yang bersesuaian dan menampilkan link ke konten di website Anda. Ada beberapa hal yang dijadikan dasar dalam menampilkan iklan konten diantaranya adalah profil lengkap setiap bagian dari konten berdasarkan popularitas, berbagi sosial, dan komentar. Misalnya, jika pengguna melihat halaman website tentang mobil di depok, sistem Iklan konten dapat menunjukkan iklan untuk jenis

mobil yang dijual atau tempat penjualan mobil. Hasilnya iklan yang relevan ditampilkan kepada pengguna yang tepat serta mempromosikan konten terbaik Anda.



Gambar 7.18 Iklan konten

Sumber: http://advertise.bingads.microsoft.com/en-us/cl/336/content-advertising-explained

Tugas 7.4

Diskusikanlah!

1) Buatlah kelompok yang terdiri dari 4-5 Anggota.
2) Carilah penyedia iklan baris menggunakan mesin pencari, kalian dapat menggunakan kata kunc i"iklan baris"(tiap kelompok harus memilih penyedia iklan baris yang berbeda dan 5 contoh iklan) .
3) Amatilah iklan-iklan yang dibuat oleh para pengiklan, apakah iklan tersebut menarik, menyampaikan pesan dan memikat tindakan.
4) Tulislah hasil pengamatan kalian dalam kertas dan sampaikan dalam pembelajaran.

Tugas Individu (Membuat iklan baris)

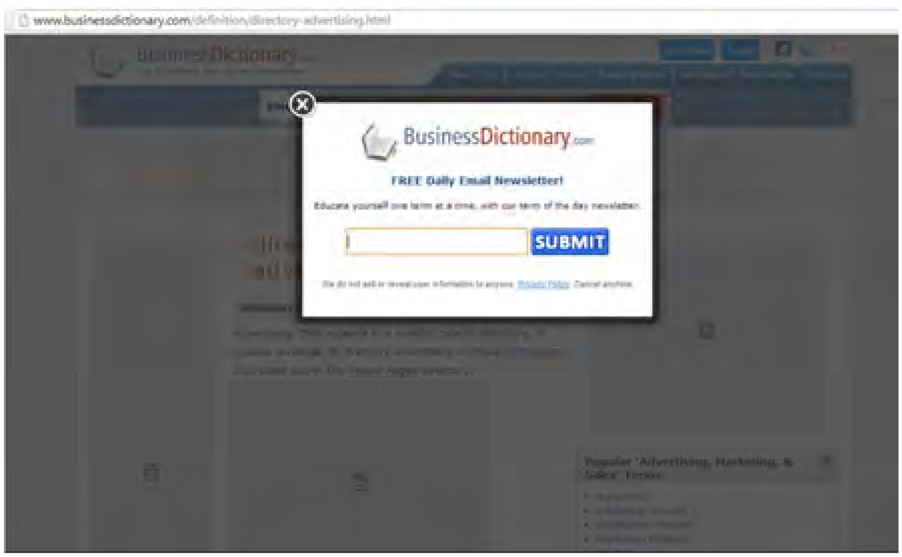
1) Tentukan tema iklan yang ingin anda buat (misalkan jual mobil, motor, handpone, rumah) dan siapkan teks yang menarik dan memikat tindakan.
2) Carilah penyedia iklan baris gratis menggunakan mesin pencari, kalian dapat menggunakan kata kunci "iklan baris gratis" (contoh alamat penyedia iklan baris gratis http://www.bandungspace.com/)
3) Daftar/buat akun pada website penyedia iklan baris tersebut
4) Buatlah sebuah iklan baris dengan tema bebas (misalkan rumah, tanah, mobil, motor, komputer, jam, pakaian)
5) Amati proses pembuatan akun, baca dan cermati ketentuan dan persyaratan dari penyedia iklan serta cara pembuatan iklan baris!
6) Tuliskan langkah-langkah dalam membuat akun iklan baris, ketentuan dan persyaratan penting yang harus dipatuhi oleh pengiklan, dan proses pembuatan iklan baris.
7) Jika pada proses pembuatan akun dan iklan kalian mengalami masalah catat masalah tersebut dan ungkapkan dalam pembelajaran

b. Iklan *display*

Iklan yang ditampilkan kombinasi antara teks, gambar dan animasi (tetapi tidak interaktif seperti *rich* media)dan setiap iklan *display* memiliki ukuran yang telah diatur. Terdapat beberapa jenis iklan display diantaranya yaitu:

1) Interstitial banners

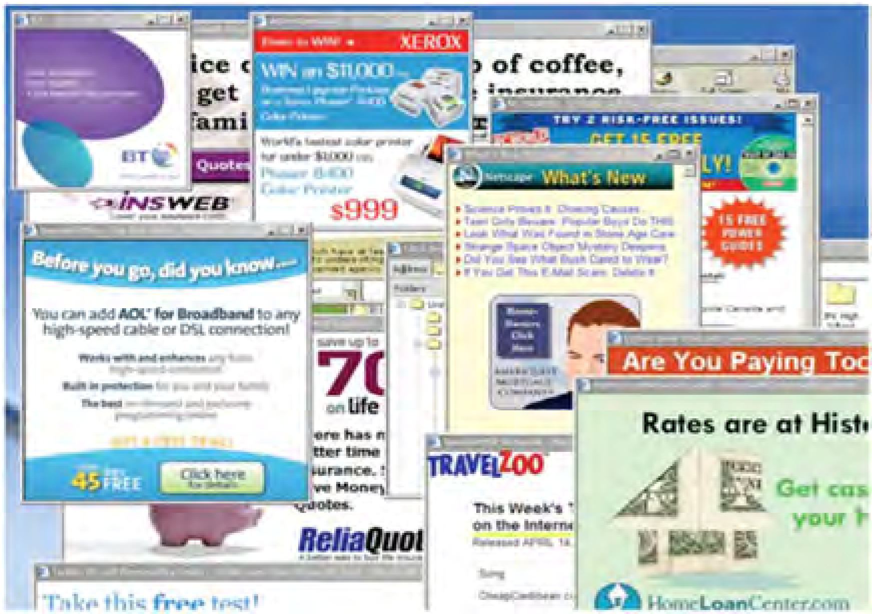
banner yang ditampilkan antara halaman di situs Web. Ketika Anda mengklik dari satu halaman ke halaman lainnya, Anda akan ditampilkan iklan ini sebelum halaman berikutnya ditampilkan. Kadang-kadang iklan tersebut dapat ditutup .



Gambar 7.19 www.businessdictionary.com

2) Pop-up dan pop-under

Iklan banner ini tampil pada jendela baru yang lebih kecil di atas atau di bawah halaman web. Untuk sebagian pengguna Iklan ini sangat mengganggu, maka pada browser terdapat pilihan untuk memblok iklan banner jenis ini(pop up blocker). Pop-up blocker dapat menjadi masalah karena kadang-kadang sebuah website perlu menggunakan pop - up untuk menampilkan informasi kepada pengguna.



Gambar 7.20 Pop up banner

Sumber: Wikipedia (http://en.wikipedia.org/wiki/Pop-up_ad)

3) **Floating advert**

Iklan ini muncul di lapisan atas konten, tapi tidak dalam jendela terpisah. Biasanya, pengguna dapat menutup iklan ini. Dengan memilih tombol close yang disertakan pada iklan jenis ini, posisi tombol close ini biasanya di atas pojok kanan. Iklan Mengambang dibuat dengan DHTML atau Flash, dan melayang di lapisan atas konten sebuah situs selama beberapa detik. Seringkali, animasi berakhir dengan menghilang ke dalam sebuah iklan banner di halaman.



Gambar 7.21 Contoh overlay.

Sumber: www.detik.com

4) Wallpaper Advertising

Jenis Iklan ini mengubah latar belakang halaman web yang dilihat. Biasanya, teknik pay per click tidak mungkin digunakan untuk iklan ini. Efek dari iklan ini sulit untuk diukur karena tidak ada klik-tayang(clickthrough). Tujuan utama dari iklan jenis ini adalah branding. Karena iklan ini konsisten.

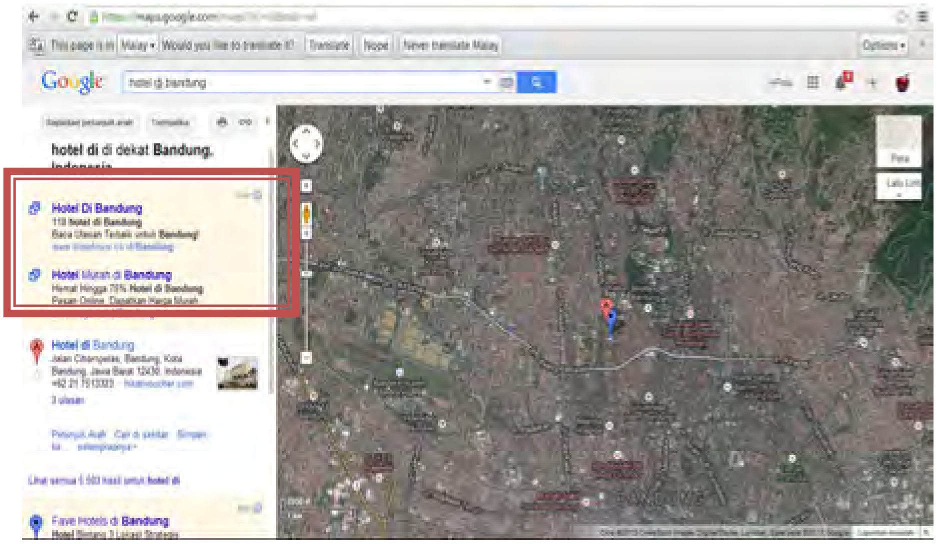


Gambar 7.22 Contoh *Wallpaper ads*

Sumber: http://id.yahoo.com/?p=us

5) Map advertising

Jenis iklan ini ditampilkan pada web pencarian suatu tempat yang hasilnya ditunjukkan pada peta atau solusi pemetaan online, seperti Google Maps.

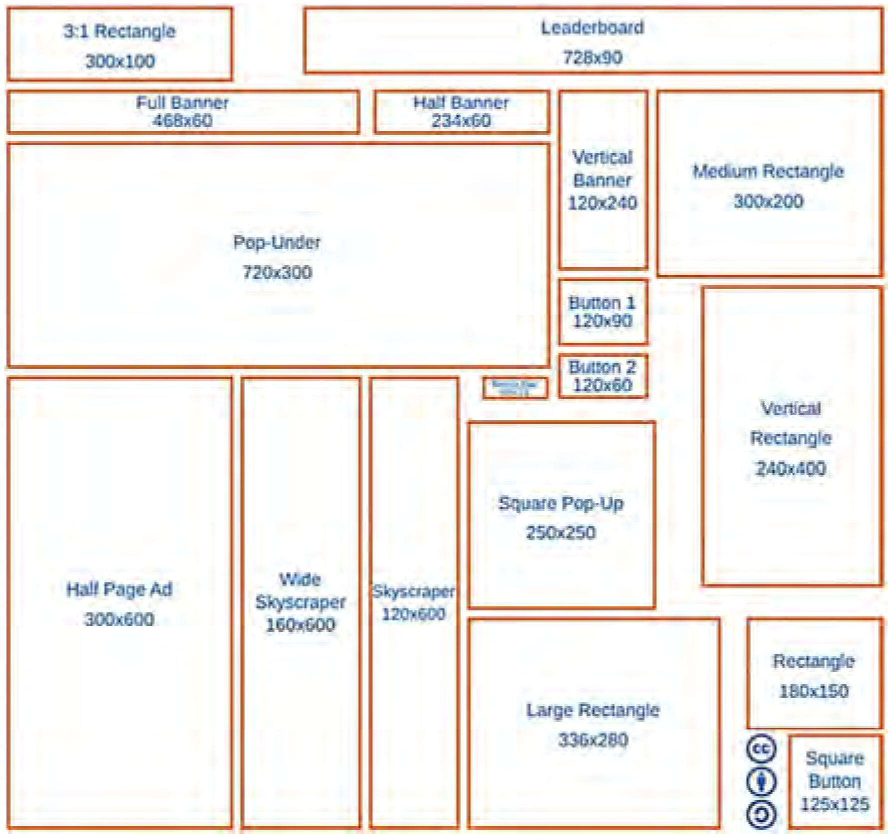


Gambar 7.23 www.maps.google.com

6) Iklan Banner

Iklan banner adalah sebuah gambar atau animasi yang ditampilkan pada sebuah web untuk tujuan periklanan. Banner statis dengan format GIF atau JPEG, tetapi banner juga dapat menggunakan media lannya seperti Flash, video, JavaScript, HTML5 dan teknologi interaktif lainnya. Teknologi interaktif memungkinkan pengunjung untuk berinteraksi dan bertransaksi dalam banner. Banner tidak terbatas pada ruang mereka menempati, beberapa spanduk memperluas pada mouseover atau saat diklik.

Terdapat ukuran standar untuk iklan banner, baik banner statis atau dinamis. Ukurannya dinyatakan dengan pixel dan byte, misalkan ukuran banner 20px x 20px dengan besar file 50 Kilobyte. Ukuran banner dapat dilihat pada Gambar 7.24.



Gambar 7.24 Contoh ukuran banner standar.

Sumber: Wikipedia

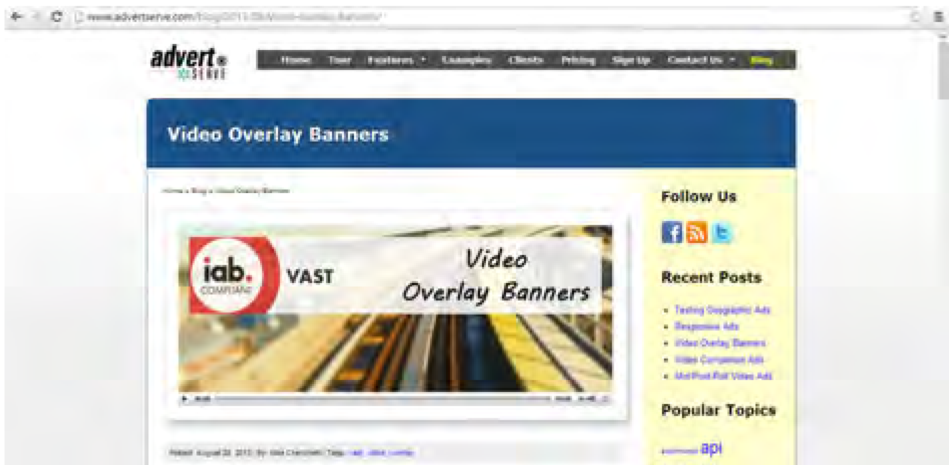


Gambar 7.25 Contoh Banner

Sumber: www.Advertserver.com.example/banner.html

7) Video online advertising banner

Bentuk iklan yang ditargetkan pada konten video. Berbagai format tersedia, termasuk iklan dinamis yang dapat tampil sebelum, setelah, ataupun selama tayangnya konten video tertentu. Sebuah video berjudul dapat meningkatkan lalu lintas web dengan memanfaatkan SEO. Contoh: AdSense for Video (Youtube).



Gambar 7.26 Contoh Iklan video

Sumber: www.Advertserver.com.example/

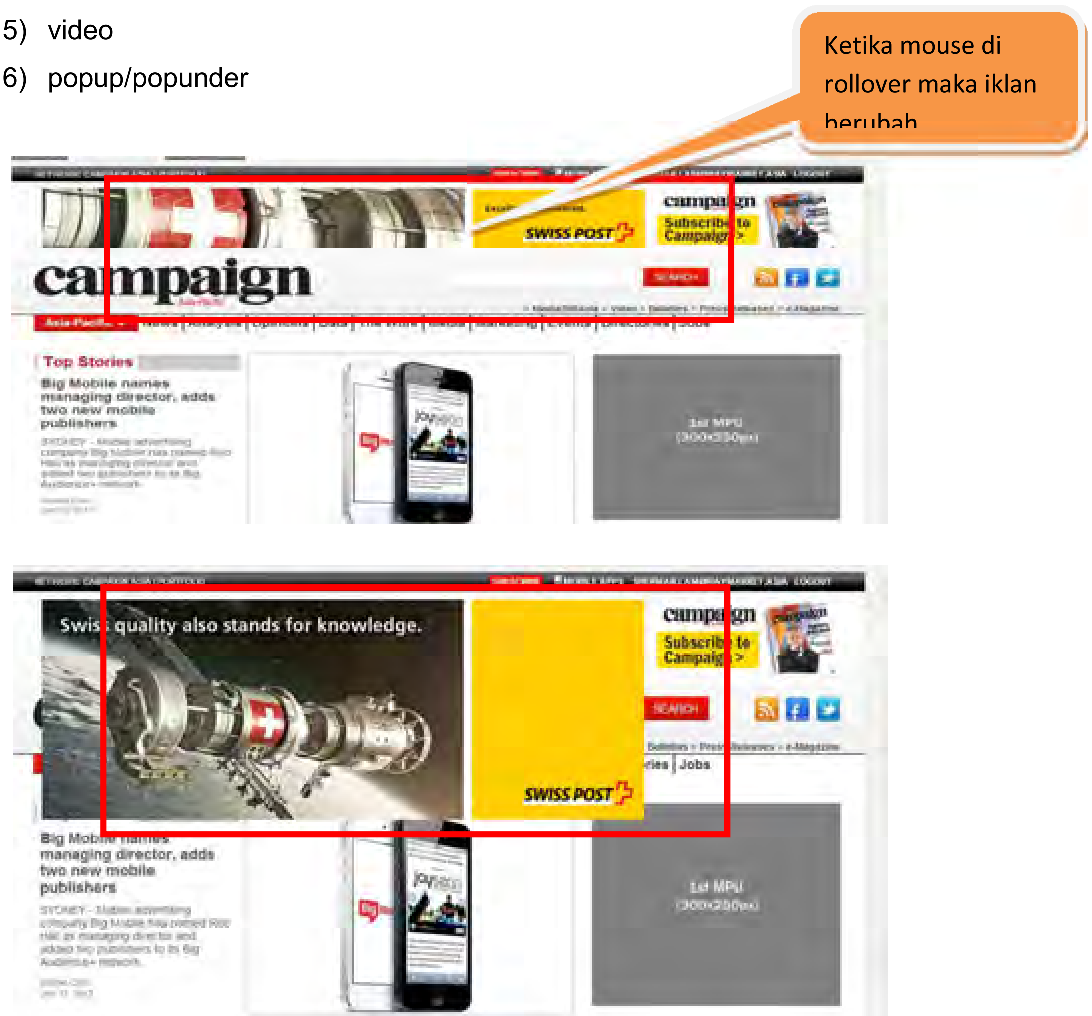
8) Iklan Media Sosial

Iklan ditampilkan kepada pengguna jejaring sosial. Cara kerjanya memanfaatkan dinamika pengaruh sosial seperti info dari mulut ke mulut, rekomendasi langsung dari teman ke teman dan grup dengan topik tertentu misalkan mancing. Penyedia iklan jaringan sosial diantaranya Facebook, YouTube (melalui Google AdWords) VideoEgg, Meebo, twitter dan LinkedIn. Pengiklanan ini sering dilengkapi solusi iklan lain yang ditawarkan. Target iklan berdasarkan perilaku, kepentingan pengguna , demografi, tetapi dapat berupa kata kunci atau konten (terutama untuk iklan di YouTube). Ada kalanya iklan pada media sosial ini dapat berupa display, teks bahkan *rich* media.

c. **Iklan rich media(multimedia)**

The Interactive Advertising Bureau (IAB) telah menentukan aturan untuk iklan jenis ini. iklan *rich* media adalah iklan yang dapat berinteraksi dengan konsumen dan merupakan gabungan antara video, teks, gambar, animasi dan suara. Iklan berbentuk animasi tetapi tidak terdapat interaksi maka disebut iklan display. Ada banyak jenis iklan ini diantaranya:

1) peel-back
2) floating
3) expanding
4) transitional (interstitial, introstitial, exterstitial)
5) video
6) popup/popunder



Gambar 7.27 Rich media ads Swiss Post

Sumber : http://www.haymarketmedia.asia/

Tugas 7.5

Diskusikanlah!

1. Buat kelompok yang terdiri dari 3-4 orang.
2. Carilah sebuah iklan display (misalkan iklan banner, iklan peta, iklan video atau jenis iklan display lainnya) pada website penyedia iklan.
3. Amatilah iklan-iklan yang dibuat oleh para pengiklan, produk apakah yang diiklankan, apakah iklan menarik, menyampaikan pesan dan memikat tindakan. Siapa yang menjadi target iklan yang ditampilkan?Tulislah hasil pengamatan kalian dan sampaikan dalam pembelajaran.

Tugas Individu (Membuat banner)

1. Tentukan tema iklan yang ingin anda buat (misalkan jual mobil, motor, handpone, rumah).
2. Siapkan teks yang menarik dan gambar yang sesuai dengan tema.
3. Cari penyedia pembuatan banner online dengan cara menggunakan mesin pencari dengan kata kunci "membuat banner"(contoh alamat pembuat banner online http://www.bannersnack.com/) .
4. Setelah anda mendapatkan website pembuat banner gratis, Ikutilah petunjuk pembuatan banner dan catat langkah-langkahnya pada kertas.
5. Jika pada proses pembuatan kalian mengalami masalah catat masalah tersebut dan ungkapkan dalam pembelajaran.
6. Tunjukan hasilnya kepada guru kalian untuk dinilai.

3. Memasarkan iklan

Dalam memasarkan iklan online, anda dapat melakukannya dengan gratis atau berbayar. Setiap pilihan tentu ada keuntungan dan kerugiannya. Ada beberapa hal yang dapat anda lakukan untuk memasarkan iklan online secara gratis yaitu:

a) **Mencari penyedia iklan online gratis. Caranya gunakan mesin pencari misalnya Google atau Yahoo kemudian masukan kata kunci “iklan gratis”.**

Contoh penyedia iklan gratis:

1) www.bandungspace.com/
2) www.bandung.olx.co.id
3) www.berniaga.com
4) www.tokobagus.com



Gambar 7.28 www.bandungspace.com/

b) **Membuat konten yang berkualitas dan dicari banyak orang setelah itu lakukan:**

1) Submit artikel ke artikel direktori atau distributor konten

   Internet itu seperti jaring laba-laba semakin banyak konten yang tersedia untuk dibaca, berisi tentang produk dan me-*review*-nya, kemudian ditambahkan fungsi untuk berbagi dengan teman dan fasilitas untuk kembali ke website otomatis website anda akan mendapatkan lalu lintas yang tinggi dan mesin pencari akan memberitahukan bahwa website anda memilik kredibilitas untuk kata kunci terkait. Ada beberapa website distributor yang senang untuk menerbitkan konten di website mereka dengan biaya yang kecil atau bahkan gratis. Saat mencari distributor

konten, pastikan bahwa mereka mencapai target pasar Anda tidak disabotase dengan iklan banner bebas dan sah.

Tips ketika mengirimkan artikel:

(a) Jangan mengirimkan artikel yang sama ke beberapa website. Setiap distributor konten harus memiliki artikel yang berbeda. Mesin pencari tidak percaya duplikasi konten dan tidak akan memberikan peringkat tinggi untuk website anda.

(b) Pastikan bahwa Anda melengkapi semua informasi bagian "tentang penulis". Sertakan alamat website Anda sehingga orang dapat datang dan terhubung ke website yang anda kelola.

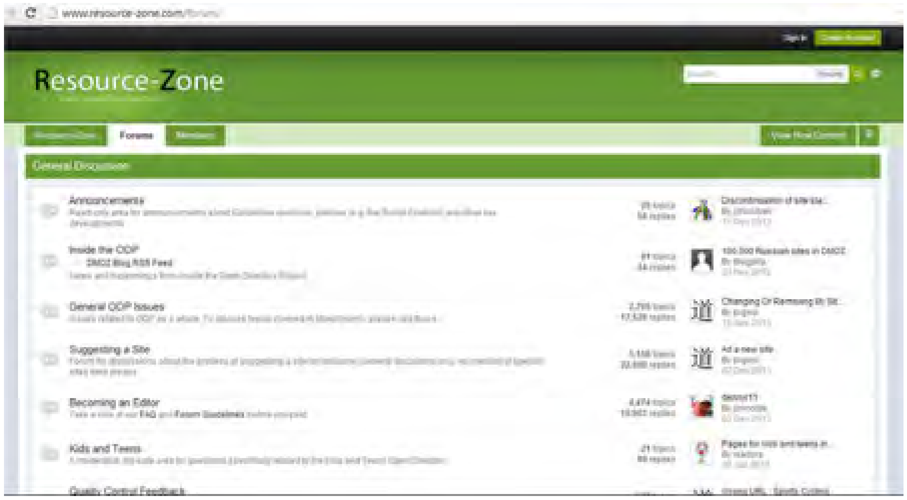
Indexing adalah seperti sistem pengarsipan. Artinya ketika seseorang mencari informasi menggunakan kata kunci tertentu. Google akan menjelajah setiap halaman website Anda, membaca semua konten dan indeks yang sesuai dengan kata kunci pada setiap halaman. kemudian Google akan mencari pada database-nya dan mencocokkan untuk konten yang paling relevan. Google unggul atas semua mesin pencari dalam kecepatan dan akurasi dari website pengindeksan. DMOZ adalah direktori open source yang menarik. Merupakan sebuah komunitas konten global yang dapat ditambahkan, diedit dan diperbarui oleh relawan secara teratur. Mengirimkan konten Anda ke direktori ini adalah langkah lain untuk mengoptimalkan website Anda untuk mesin pencari.

Tips sebelum mengirimkan konten ke DMOZ::

(a) Buat Kata kunci yang akurat untuk setiap halamam (berisikan index yang tepat)

(b) Ikuti pedoman pengajuan. Jika Anda telah mengirimkan situs Anda dan tidak percaya bahwa itu telah diindeks, kirimkan pesan ke forum mereka (www.resource-zone.com/forum) .

(c) Berhati-hatilah dengan beberapa kiriman dari website yang sama. Jika Anda mengirimkan terlalu banyak entri untuk website yang sama, editor mungkin menandai website Anda sebagai spam.



Gambar 7.29 www.resource-zone.com/forum

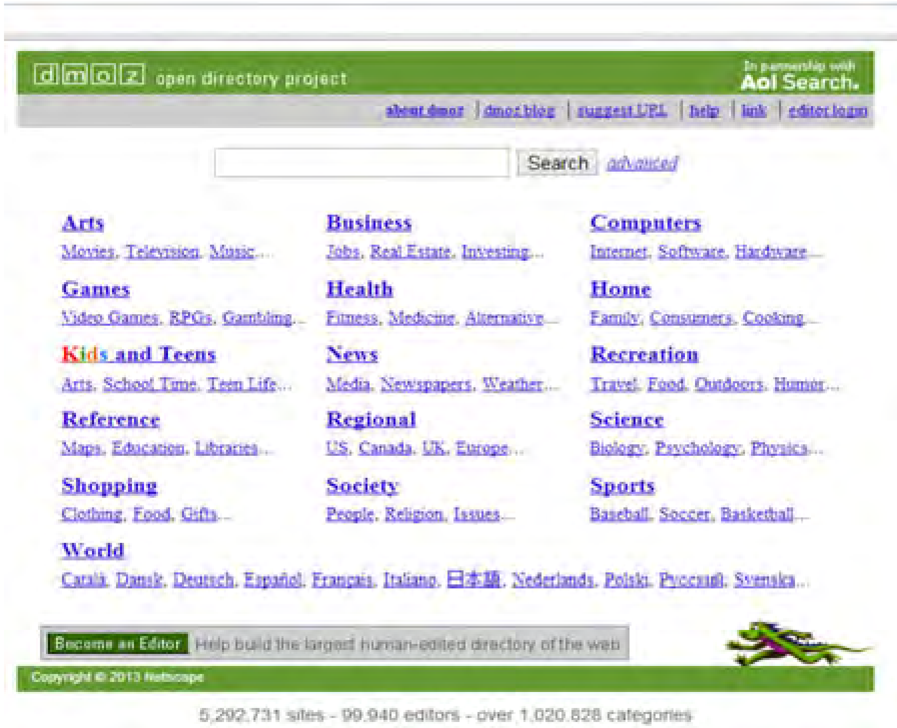
Berikut adalah beberapa contoh dari distributor konten:

(a) www.ezinearticles.com

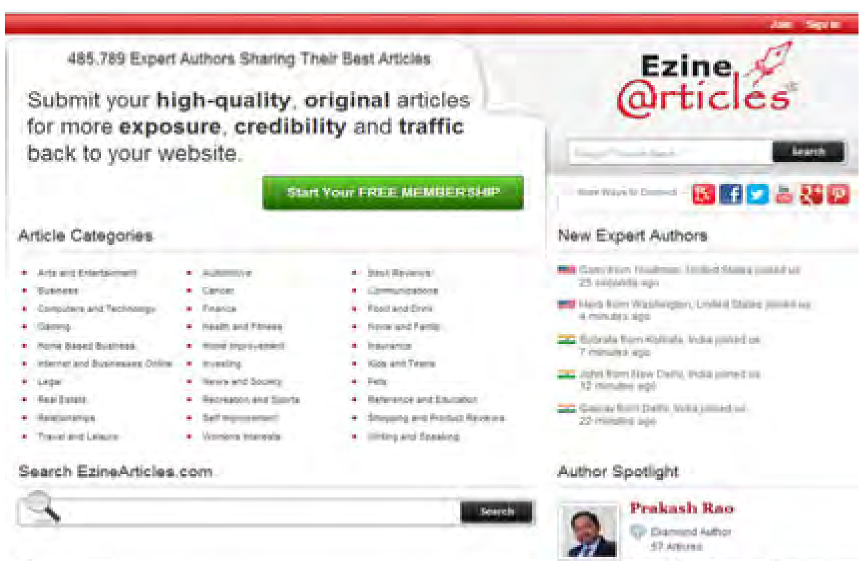
(b) www.spin2submit.co.za

(c) www.GoArticles.com

(d) www.dmoz.org



Gambar 7.30 www.dmoz.org



Gambar 7.31 www.ezinearticles.com

Tips memasukan konten ke website DMOZ.

(a) Buat Kata kunci yang akurat untuk setiap halamam (berisikan index yang tepat)
(b) Ikuti pedoman pengajuan. Jika Anda telah mengirimkan situs Anda dan tidak percaya bahwa itu telah diindeks, kirimkan pesan ke forum mereka (www.resource-zone.com/forum) .
(c) Berhati-hatilah dengan beberapa kiriman dari website yang sama. Jika Anda mengirimkan terlalu banyak entri untuk website yang sama, editor mungkin menandai website Anda sebagai spam.

Tips pengindexan Website.

(a) Buat sitemap Google dan mengirimkannya ke Google melalui Webmaster mereka Alat interface (www.google.com/webmasters/tools). Sebuah sitemap XML adalah indeks dari semua halaman di situs Web Anda (www.xml-sitemaps.com).
(b) Lakukan secara manual mengirim URL Anda ke mesin pencari seperti Yahoo dan Google (www.google.com/addurl/?continue=/addurl).
(c) Gunakan one-stop shop. Tambahkan URL Anda ke salah satu situs yang akan mengirimkan URL Anda ke beberapa mesin pencari (misalnya www.addme.com).

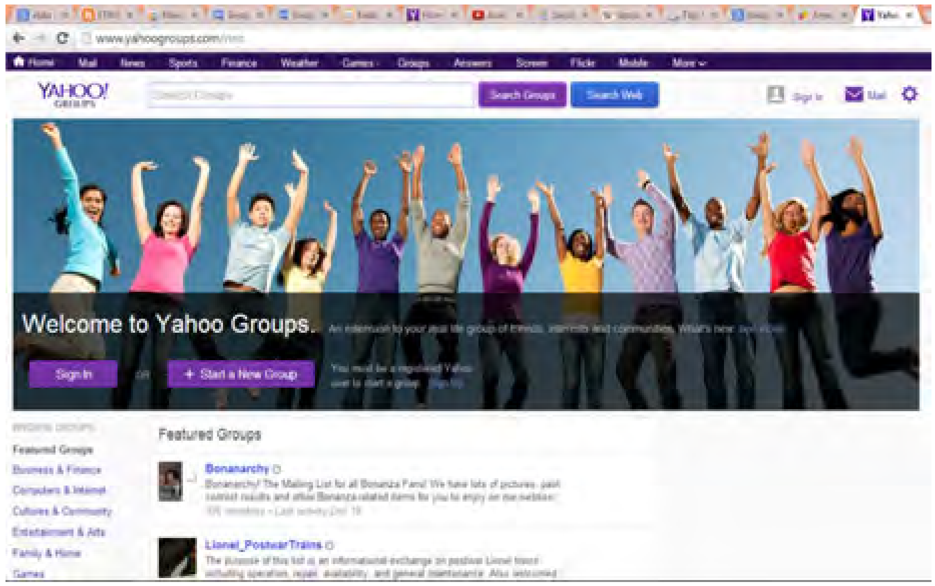


Gambar 7.32 www.addme.com

2) Bergabung pada sebuah grup seperti google group atau yahoo groups, ikut berpartisipasi dan menggunakan yahoo answers.



Gambar 7.33 http://answers.yahoo.com/



Gambar 7.34 http://www.yahoogroups.com/

3) Membuat akun di sosial media

Proses promosi atau beriklan dapat anda lakukan melalui sosial media misalnya memanfaatkan *fanpage* pada akun facebook. Disini anda dapat mengarahkan pengunjung website anda untuk *join/like* pada *fanpage* facebook bisnis anda. *Fanpage* ini sangatlah berguna untuk menjalin hubungan dengan konsumen. Begitu pula jika anda memiliki sebuah produk baru atau sesuatu yang baru yang ingin anda tawarkan. Dengan adanya media jenis ini setiap kali anda memasang penawaran anda di *fanpage*, maka secara otomatis informasi tersebut akan muncul di *post wall* facebook konsumen anda. Lebih hebatnya, facebook merupakan salah satu media jejaring sosial yang akan memberikan efek viral marketing artinya temannya teman dari member *fanpage* anda ikut membaca "wall" anda.



Gambar 7.35 https://www.facebook.com/ASUSIndonesiaID

4) Menggunakan *Social Bookmark*

Social Bookmark adalah suatu teknologi web yang dapat Anda gunakan untuk menyimpan, mengatur dan berbagi bookmark dari web/blog. Anda dapat berbagi link favorit dengan sahabat, teman atau anggota keluarga. Dan semua orang dapat melihat bookmark berdasarkan kategori, tag atau mesin pencari. Ada banyak layanan *social bookmark* yang tersedia seperti socialmarker.com, onlywire.com. Layanan ini menawarkan untuk menyebarluaskan web/blog Anda di berbagai website *social bookmark* seperti digg.com, stumbleupon.com, reddit.com, faves.com, del.icio.us.com, propeller.com, Slashdot.org, connotea.org, blinklist.com dan masih banyak lagi yang lain.

Ada tiga manfaat dari *social bookmark* yang dapat Anda peroleh, yaitu.

(a) Dapat mendorong naiknya *traffic* web/blog Anda.

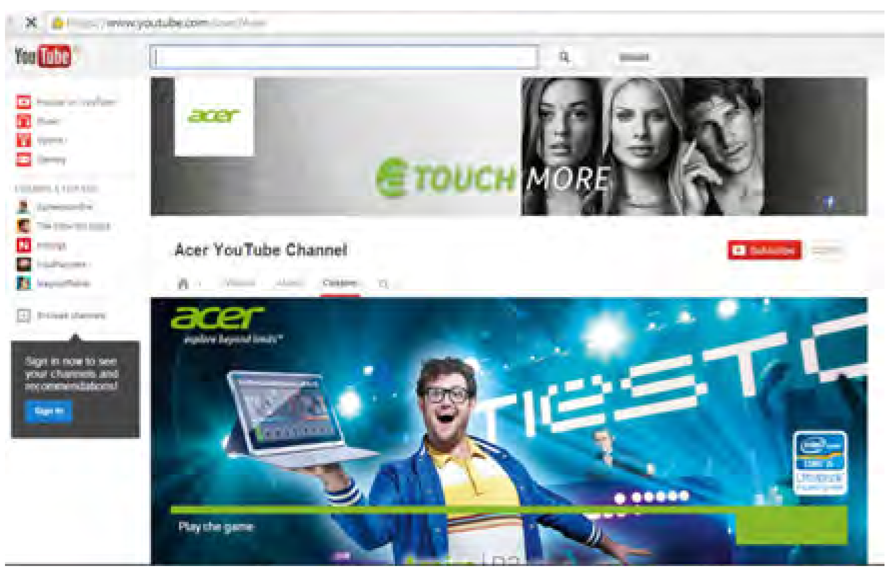
(b) Dapat membantu website Anda agar dapat dijelajahi oleh Google.

(c) Menyediakan link balik atau *backlink* menuju web/blog Anda.



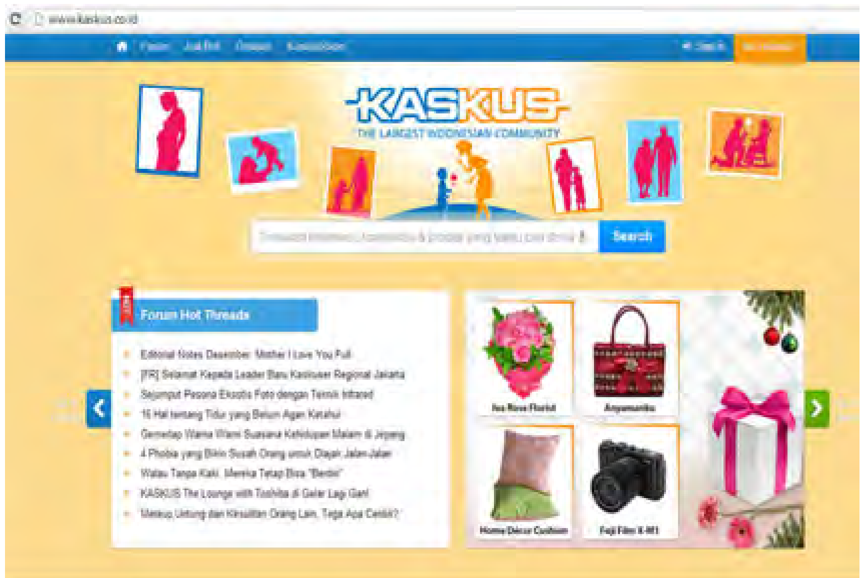
Gambar 7.36 http://www.socialmarker.com/

5) Buat channel(*user*) dan video tentang produk beserta reviewnya di website penyedia tempat video seperti Youtube.



Gambar 7.37 https://www.youtube.com/user/Acer

6) Bergabung atau berkomentar di forum-forum. Anda dapat beriklan atau promosi di forum-forum seperti kaskus. Atau forum-forum tertentu yang ada kaitannya dengan produk yang dijual atau forum dengan topik yang sesuai dengan hal yang ingin ditawarkan.



Gambar 7.38 www.kaskus.co.id

7) Melakukan *blogwalking* sesuai artikel yang relevan

Jika Anda adalah seorang blogger aktif atau memiliki blog korporat, pastikan konten selalu diperbarui secara teratur sehingga selalu menjadi sesuatu yang menarik bagi target pasar Anda, untuk meningkatkan peringkat dan trafik di blog, anda dapat memanfaatkan mesin pencari blog. Berikut adalah beberapa ide lain bagaimana caranya meningkatkan lalu lintas ke blog Anda:

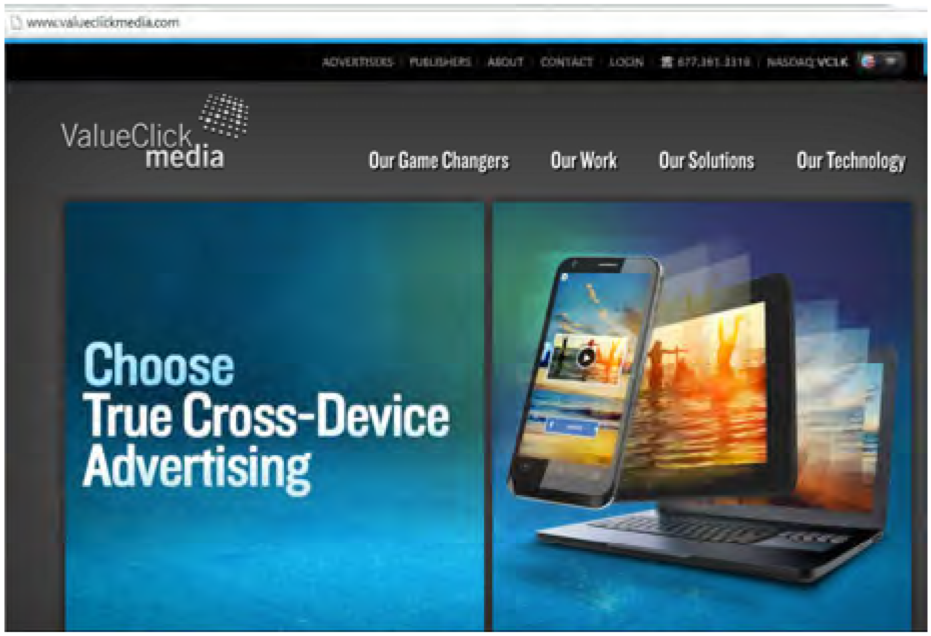
(a) Mengatur feed langsung di Yahoo atau Google sehingga website Anda dijelajahi secara teratur.
(b) Tambahkan link ke blog Anda di signature email, pada saat anda melakukan pemasaran menggunakan surat elektronik dan materi pemasaran lainnya .

(c) Tambahkan RSS feed (*Rich Site Summary*) agar orang dapat berlangganan informasi dari anda. RSS adalah link dengan baris subjek dan tanggal setiap entri blog. Orang-orang dapat menambahkan RSS feed ke website mereka sehingga setiap update ke blog Anda secara otomatis diperbarui di website mereka juga. Ini cara yang bagus untuk menghasilkan link balik ke blog Anda.

(d) Menulis komentar di blog orang lain dan kemudian pastikan Anda menambahkan link kembali ke website Anda.

Jika anda memilih untuk memasaran iklan secara berbayar, Carilah penyedia iklan yang yang berpengalaman dibidangnya, sesuaikan dengan anggaran dan target pemsaran anda, Beberapa penyedia iklan yang menawarkan jasanya di internet diantaranya adalah.

1) **Ad Networks.** Sebuah jaringan (network) iklan yang menghubungkan dan memediasi antara pemasang iklan dengan pemilik situs web. Jaringan iklan seperti ini biasanya menargetkan kampanye-kampanye yang tidak mempunyai target audience khusus, tetapi mengincar sebesar mungkin orang yang melihat iklan dengan biaya sekecil mungkin. Contoh: ValueClickMedia dan Tribal Fusion (http://www.valueclickmedia.com/ dan http://www.tribalfusion.com/)



Gambar 7.39 http://www.valueclickmedia.com/

2) **Rep Ad Agencies**. Agen periklanan yang mewakili blog-blog serta situs web tertentu dan memediasi penjualan mereka untuk kampanye-kampanye besar yang dilakukan brand-brend besar ataupun agensi iklan besar. Contoh: Federated Media dan Tribal Fusion (http://www.federatedmedia.net/ dan http://www.tribalfusion.com/).



Gambar 7.40 http://www.federatedmedia.net/

3) **RSS Advert**. Iklan ini ditampilkan di dalam RSS Feed, yang bisa disesuaikan dengan konteks content RSS feed tersebut atau secara manual ditargetkan pada kebutuhan promosi tertentu. Contoh: http://www.brandrepublic.com/.

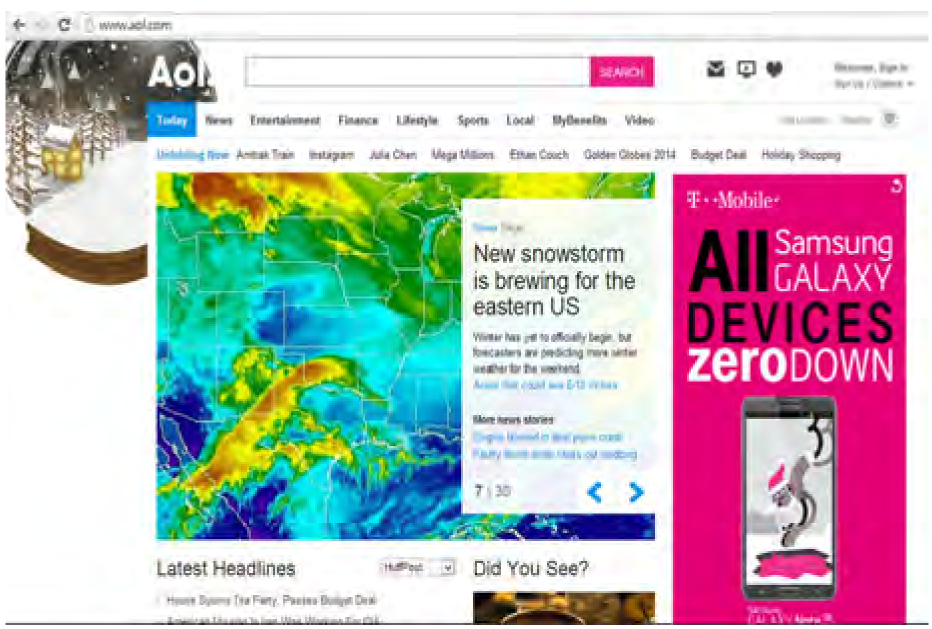


Gambar 7.41 http://www.brandrepublic.com/

4) **Sponsorship**. Merupakan bentuk bantuan dana atau dapat juga dalam bentuk produk/layanan sebagai ganti promosi terhadap suatu brand. Sponsorship online adalah strategi alternatif yang banyak digunakan dan dianggap lebih efektif daripada pemasangan iklan online berbentuk banner.

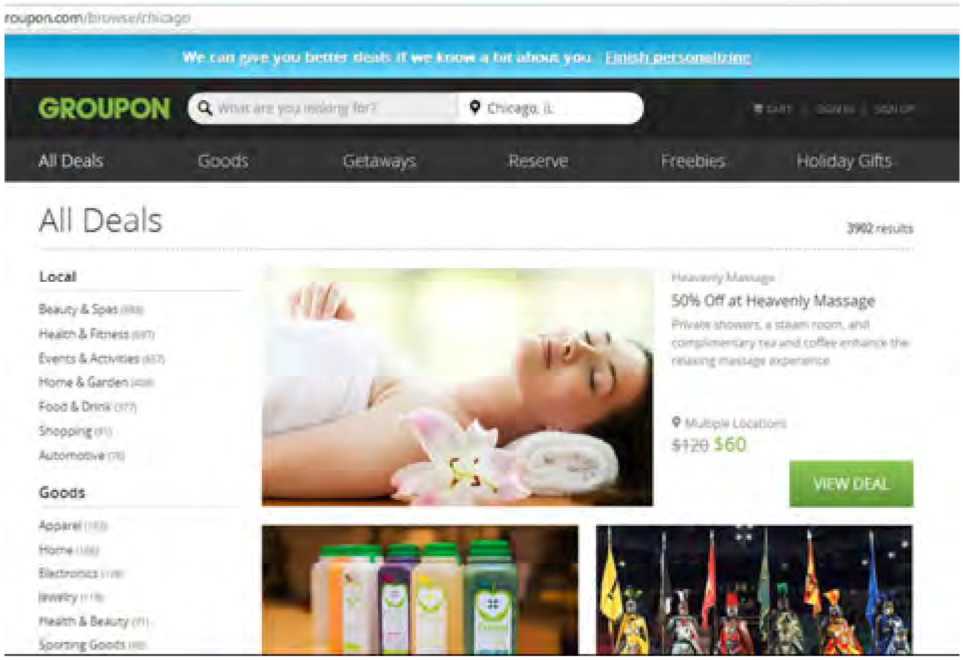
5) Jaringan Iklan dan Bursa Iklan. Jaringan iklan adalah sekelompok website yang menyediakan tempat untuk iklan atau sebagai perantara yang dapat dibeli melalui penjualan tunggal. Jaringan iklan ini merupakan kumpulan website yang dimiliki oleh perusahaan/pemilik yang sama (misalnya AOL, CNN, Sports Illustrated semua dimiliki oleh AOL/Time Warner).

   Jaringan periklanan bertindak sebagai perantara antara pengiklan dan penyedia tempat iklan, dan memberikan solusi teknologi untuk keduanya. Jaringan iklan memberikan server iklan terpusat yang dapat melayani iklan kepada sejumlah website, menawarkan pelacakan dan pelaporan, serta penargetan. Jaringan periklanan biasanya mengkategorikan website berdasarkan channel, pengiklan membayar untuk beriklan di saluran tertentu, dan tidak setiap website.



Gambar 7.42 http://www.aol.com/

6) Bergabung dengan *Group buying* contohnya website LivingSocial dan Groupon yang saat ini telah menjadi sangat populer.



Gambar 7.43 http://www.groupon.com/browse/chicago

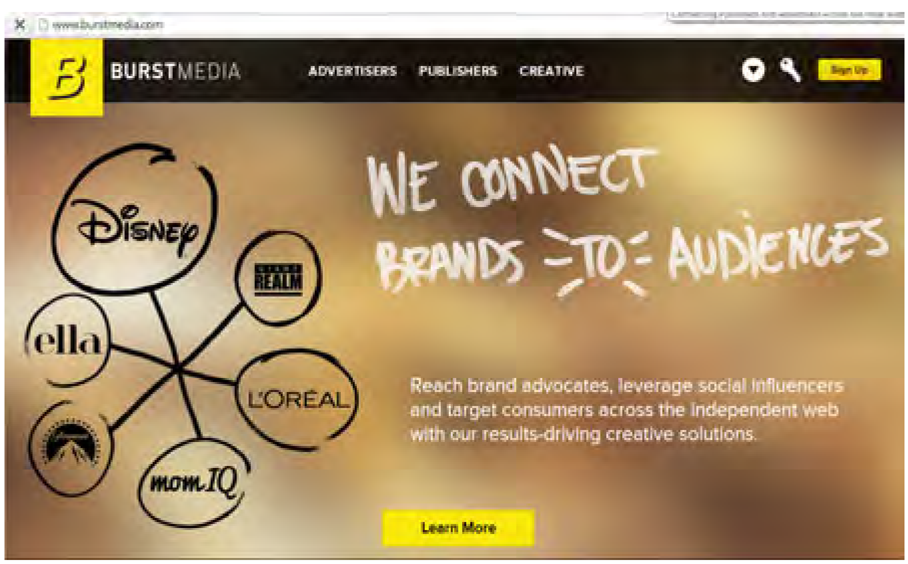
7) Memanfaatkan pemasaran afiliasi. Pemasaran Afiliasi dapat menjadi cara yang bagus untuk membuat penjualan, karena sangat efektif, staf penjualan *outsourcing* membantu memasarkan dan menjual produk Anda untuk komisi kecil per penjualan. Berikut adalah beberapa contoh jaringan afiliasi untuk mempromosikan website Anda dan menghasilkan *inbound link* ke situs Anda :

   (a) www.freebielist.com
   (b) www.affiliate-program.amazon.com
   (c) www.offerforge.com
   (d) www.trafficsynergy.com
   (e) www.google.com/adsense



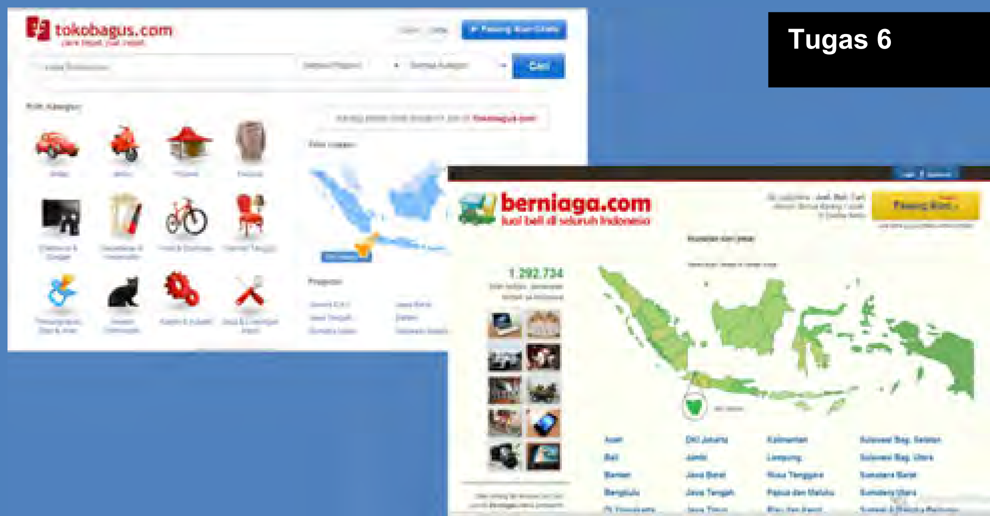
Gambar 7.44 https://affiliate-program.amazon.com/

8) Menyewa space iklan banner berdasarkan demografis dan katagori contoh http://www.burstmedia.com dan perusahaan jasa broker banner http://www.realmedia.com.



Gambar 7.45 http://www.burstmedia.com

Tugas 6



Gambar 7.46 www.tokobagus.com dan www.berniaga.com

Diskusikanlah!

a) Buatlah kelompok dengan anggota yang terdiri dari 3-4 orang.

b) Buatlah sebuah iklan pada www.tokobagus.com dan www.berniaga.com tema dapat kalian tentukan sendiri misalkan kendaraan(mobil/motor), komputer, handphone.

c) Setelah tema ditentukan, kumpulkan gambar dan siapkan teks yang akan dijadikan konten iklan kalian.

d) Catatlah proses pembuatan iklan dari kedua penyedia iklan gratis tersebut.

e) Bandingkanlah proses pembuatan, ketentuan dan prasyarat pengiklan, proses jual beli dengan konsumen, kemudahan akses terhadap menemukan iklan!

f) Amatilah hasilnya Iklan yang kalian buat!.

g) Termasuk kedalam jenis yang mana, iklan yang kalian buat? .

h) Apakah ada layanan pengukuran untuk iklan yang kalian tawarkan?.

i) Bagaimana kalian tahu berapa banyak konsumen yang tertarik dengan produk yang kalian tawarkan?

j) Adakah fasilitas untuk mempermudah menuju kepada iklan yang kalian buat?

k) Keuntungan apa yang didapat oleh penyedia iklan?.

l) Jika terdapat masalah dalam pembuatan iklan, catat dan ungkapkan dalam pembelajaran!

Lembar Kerja 7.3

Kelompok :

Nama anggota :

1. ……………………………………
2. ……………………………………
3. ……………………………………
4. ……………………………………

Komponen	Berniaga.com	Tokobagus.com
Proses pembuatan		
Ketentuan dan Persyaratan		
Proses jual beli		
……………………………		
……………………………		
……………………………		

4. Model Pembayaran Iklan Online

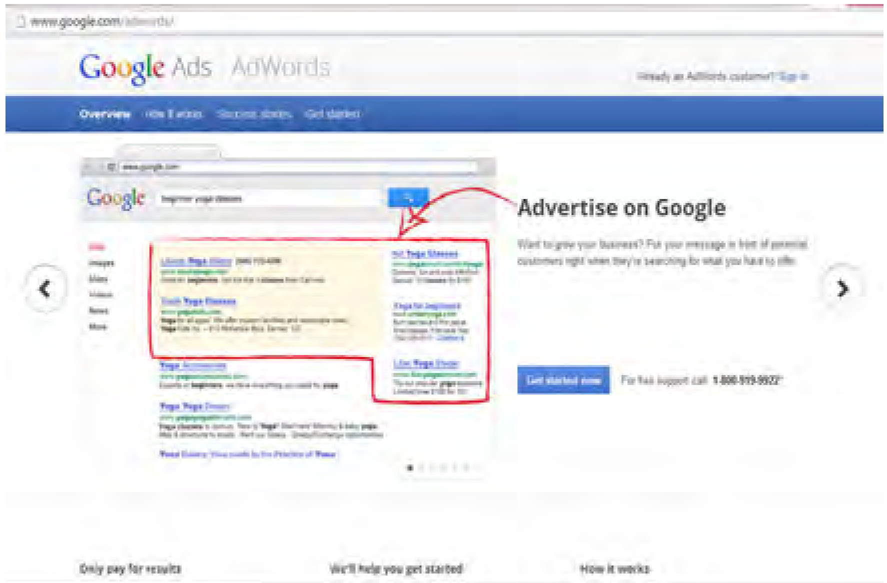
Ada banyak cara untuk memasarkan iklan begitu pula cara pembayarannya. Berikut adalah beberapa bentuk dan sistem pembayaran iklan online:

a) ***Pay Per Impression.*** Pengiklan harus membayar setiap kali iklan tampil pada halaman web penyedia iklan Cara yang paling umum untuk model ini adalah CPM atau biaya per seribu tayangan. Pengiklan menghitung biaya untuk menampilkan pesan iklan ke seribu pemirsa (Cost per Mille atau Cost per Thousand). metode ini digunakan dengan tujuan *brand awareness* dan penginformasian produk. CPM untuk *Rich* Media harganya lebih tinggi daripada media iklan standar. Hal ini didasarkan pada ukuran file yang digunakan. CPM merupakan bentuk pembayaran yang menguntungkan penyedia iklan, Biasanya, website dengan trafic tinggi, Contohnya portal web seperti www.yahoo.com atau website berita seperti CNN



Gambar 7.47 www.cnn.com

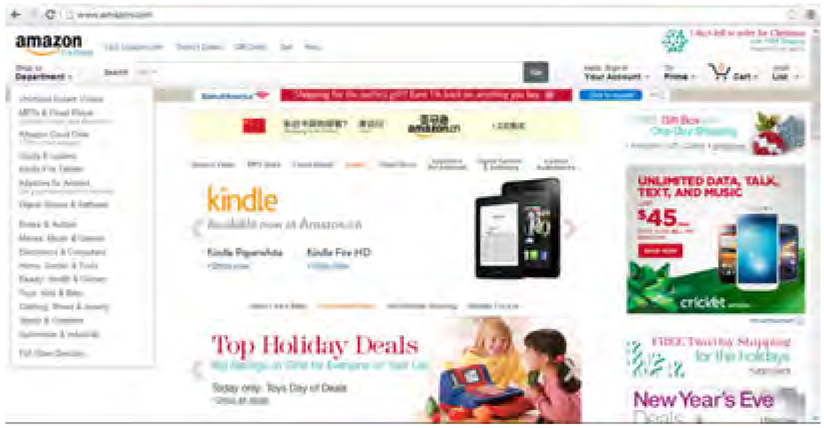
b) **Pay Per Click.** Pengiklan membayar pemasang iklan setiap kali pengunjung *mengklik* pesan iklan mereka (Cost per Click). Mereka tidak membayar untuk jumlah tayangan. Mereka hanya membayar bila pengunjung anda meng-klik pada pesan iklan mereka dan mengarahkan ke situs web yang mereka tentukan. Iklan PPC biasanya dikaitkan dengan pemasaran pencarian berbayar. Metode pembayaran ini juga kadang-kadang digunakan dalam pemasaran afiliasi, ketika tujuannya adalah untuk mengarahkan lalu lintas ke web baru.



Gambar 7.48 www.google.com/adwords

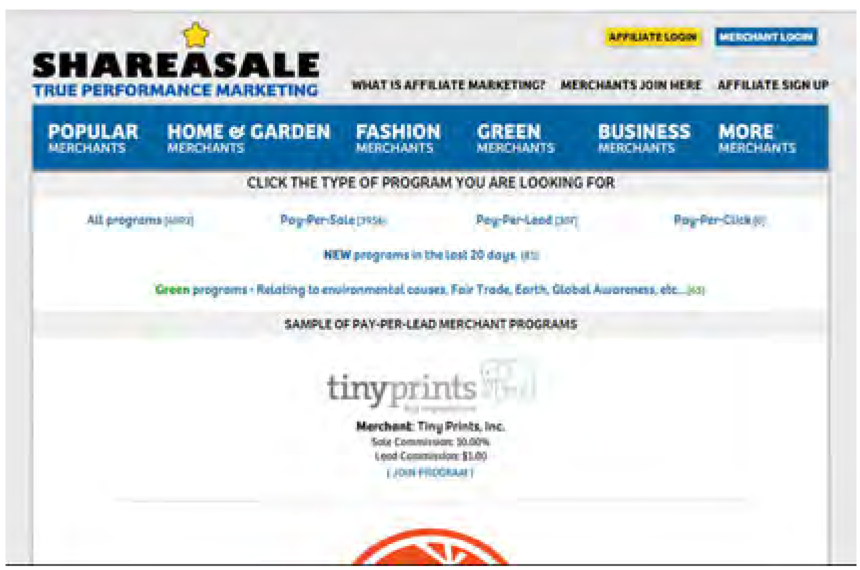
c) ***Pay Per Action***. Pengiklan hanya membayar untuk iklan mereka bila pengunjung telah *melakukan tindakan* yang diinginkan (Cost per Action) misalnya, pembelian atau pengiriman formulir (konsumen mengisi formulir), men-download file atau membeli produk. Metode pembayaran ini adalah cara terbaik untuk pengiklan karena mereka hanya membayar bila iklan telah memenuhi tujuannya. Tetapi model ini merupakan jenis terburuk bagi penyedia iklan, karena penyedia iklan hanya dihargai jika iklan berhasil. Model PPA tidak umum digunakan untuk iklan banner dan umumnya terkait dengan afiliasi pemasaran.

d) ***Pay Per Sale.*** Tipe yang kedua memberikan komisi sesuai dengan jumlah produk atau layanan yang berhasil terjual melalui link yang ditampilkan affiliator. Misalnya pada **amazon.com.**



Gambar 7.49 www.amazon.com

e) ***Pay Per Lead.*** Tipe pembayaran ini memberikan komisi berdasarkan jumlah orang yang telah mengisi form (isian), survey, atau sign up untuk menjadi member pada website pemilik program affiliate. Contoh http://www.shareasale.com/



Gambar 7.50 http://www.shareasale.com/out-searchprograms.cfm?type=ppl

a) ***Pay Per Download.*** Tipe pembayaran ini memberikan komisi berdasarkan orang yang mendownload file atau produk yang ditawarkan penyelenggara affiliate. Misalnya http://sharecash.org/.



Gambar 7.51 http://sharecash.org.

b) ***Pay Per Play.*** Tipe pembayaran ini memberikan komisi sesuai dengan jumlah orang yang memutar audio ataupun video yang ditampilkan oleh affiliator. Misalnya SellingPPP.



Gambar 7.52 www.sellingpp.weebly.com

c) ***Pay Per Read.*** Dan untuk tipe pay per read, komisi diberikan bila Anda sendiri mengklik/membaca iklan yang disodorkan dan diatur dalam durasi tertentu. Misalnya http://www.elecbook.com/.



Gambar 7.53 http://www.elecbook.com

d) ***Cost Per Interaction.*** Dengan model ini, pengiklan membayar untuk iklan rollover, biasanya ditempatkan dalam video atau aplikasi (seperti aplikasi Facebook) , dan berdasarkan interaksi dengan iklan itu. Sebuah iklan dapat berisi video, permainan, atau konten kaya lainnya. Hal ini terjadi tanpa harus pengguna Internet pergi dari halaman web, dan pemasar hanya membayar bila seseorang menyelesaikan tindakan.

e) **Flat Rate atau Sponsorships.** Pemilik website yang memiliki lalu lintas rendah, kadang-kadang memilih untuk menjual ruang banner dengan biaya tetap per bulan(flat rate), tanpa memperdulikan jumlah iklan di klik atau jumlah iklan tayang. Contohnya iklan eksklusif di semua halaman dan slot tertentu halaman website, buletin, bagian, dan mensponsori konten. *Sponsorship* berarti bahwa tidak ada pengiklan lain yang akan muncul di bagian tersebut. Sponsor seringkali sulit untuk diukur dan sebagian besar digunakan untuk meningkatkan brand atau kesadaraan terhadap suatu merek.

Tugas 7.7

Tugas Individu

Dengan memanfaatkan media internet carilah perhitungan dalam pembayaran iklan online. Lihat Lembar kerja Tulis jawaban kalian dan ungkapkan dalam pembelajaran.

Lembar Kerja 7.4

Nama : …………………………….....

Kelas : ………………………………..

Metode Pembayaram	Perhitungan Iklan
Cost per Impression (CPI)	
Cost per Mile (CPM)	
Cost per Click (CPC)	
Cost per Action(CPA)	

C. Rangkuman

Iklan online adalah metode periklanan dengan menggunakan media internet dan web(*World Wide Web*)dengan tujuan menyampaikan pesan pemasaran (promosi) untuk menarik pelanggan.

Jenis iklan online dapat di kelompokan menjadi 3 yaitu Iklan teks, iklan display, iklan rich media.

Untuk memasar iklan secara gratis dapat dilakukan dengan mencari penyedia iklan gratis dan membuat konten kemudian Submit artikel ke artikel direktori dan jika konten berbentuk video di unggah ke website seperti youtube, membuat blog dan melakukan blogwalking, sedangkan untuk yang berbayar dapat dilakukan dengan affiliasi program, Ad Networks.

Metode pembayaran iklan online:

1) Pay Per Impression.
2) Pay Per Click.
3) Pay Per Action
4) Pay Per Sale
5) Pay Per Lead
6) Pay Per Download
7) Pay Per Play
8) Pay Per Read
9) Cost Per Interaction
10) Flat Rate atau Sponsorships

D. Tes Formatif

1. Sebutkan 2 cara memasarkan Jelaskan pengertian iklan online
2. Sebutkan 3 jenis iklan online
3. iklan online baik secara gratis atau berbayar
4. Sebutkan 3 model pembayaran online

E. Kunci Jawaban Tes Formatif

1. Iklan online adalah metode periklanan dengan menggunakan media internet dan web(*World Wide Web*)dengan tujuan menyampaikan pesan pemasaran (promosi) untuk menarik pelanggan
2. Display ads, text ads, rich media(multimedia) ads,
3. Untuk memasar iklan secara gratis dapat dilakukan dengan mencari penyedia iklan gratis dan membuat konten kemudian Submit artikel ke artikel direktori dan jika konten berbentuk video di unggah ke website seperti youtube, membuat blog dan melakukan blogwalking, sedangkan untuk yang berbayar dapat dilakukan dengan affiliasi program, **Ad Networks**
4. Pay Per Impression, Pay Per Click, Pay Per Action, Pay Per Read, Pay Per Lead Pay Per Action, Pay Per Sale, Pay Per Download, Pay Per Play. Cost Per Interaction dan Flat Rate atau Sponsorships

Kegiatan Belajar 8

PEMASARAN DALAM E-COMMERCE

A. Tujuan Pembelajaran

1. Dapat menjelaskan pengertian E-Commerce
2. Dapat memasarkan produk melalui penjualan online
3. Dapat melakukan afiliasi untuk mempromosikan situs E-Commerce
4. Dapat membuat atau memanipulasi aplikasi E-Commerce

B. Uraian Materi

1. Pengertian E-Commerce

Sejak tahun 1997 pemerintah Amerika telah mendeklarasikan terjadinya sebuah revolusi industri baru yang akan berdampak pada stabilitas ekonomi global, yaitu sejalan dengan fenomena maraknya bisnis secara elektronik/digital dengan menggunakan internet sebagai medium bertransaksi. Metode bertransaksi ini kemudian lebih dikenal sebagai istilah "E-Commerce".

Definisi dari "E-Commerce" sendiri sangat beragam, tergantung dari perspektif atau kacamata yang memanfaatkannya. Association for Electronic Commerce (AEC) secara sederhana mendifinisikan E-Commerce sebagai "mekanisme bisnis secara elektronis". CommerceNet, sebuah konsorsium industri, memberikan definisi yang lebih lengkap, yaitu "penggunaan jejaring komputer sebagai sarana penciptaan relasi bisnis". Tidak puas dengan definisi tersebut, CommerceNet menambahkan bahwa di dalam E-Commerce terjadi "proses pembelian dan penjualan jasa atau produk antara dua belah pihak melalui internet atau pertukaran dan distribusi informasi antar dua pihak di dalam satu perusahaan dengan menggunakan intranet". Sementara Amir Hartman dalam bukunya "Net-Ready" (Hartman, 2000) secara lebih terperinci lagi mendefinisikan E-Commerce sebagai "suatu jenis dari mekanisme bisnis secara elektronis yang memfokuskan diri pada transaksi bisnis berbasis individu

dengan menggunakan internet sebagai medium pertukaran barang atau jasa baik antara dua buah institusi (B-to-B), antar institusi dan konsumen langsung (B-to-C), antara konsumen dan institusi (C-to-B), maupun antar konsumen dan konsumen (C-to-C). Beberapa kalangan akademisi pun sepakat mendefinisikan E-Commerce sebagai "salah satu cara memperbaiki kinerja dan mekanisme pertukaran barang, jasa, informasi, dan pengetahuan dengan memanfaatkan teknologi berbasis jaringan peralatan digital".



Gambar 8.1. Pengertian E-Commerce

Terlepas dari berbagai jenis definisi yang ditawarkan dan dipergunakan oleh berbagai kalangan, terdapat kesamaan dari masing-masing definisi, dimana E-Commerce memiliki karakteristik sebagai berikut:

- Terjadinya transaksi antara dua belah pihak;
- Adanya pertukaran barang, jasa, atau informasi; dan
- Internet merupakan medium utama dalam proses atau mekanisme perdagangan online.

Dari karakteristik di atas terlihat jelas, bahwa pada dasarnya E-Commerce merupakan dampak dari berkembangnya teknologi informasi dan telekomunikasi, sehingga secara signifikan merubah cara manusia melakukan interaksi dengan lingkungannya, yang dalam hal ini adalah terkait dengan mekanisme dagang. Semakin meningkatnya komunitas bisnis yang mempergunakan internet dalam melakukan aktivitasnya sehari-hari secara tidak langsung telah menciptakan sebuah domain dunia baru yang kerap diistilahkan sebagai “cyberspace” atau dunia maya. Berbeda dengan dunia nyata (real world), cyberspace memiliki karakteristik yang unik dimana seorang manusia dapat dengan mudah berinteraksi dengan siapa saja di dunia ini sejauh yang bersangkutan terhubung ke internet. Hilangnya batasan dunia yang memungkinkan seseorang berkomunikasi dengan orang lain secara efisien dan efektif ini secara langsung merubah cara perusahaan dalam melakukan bisnis dengan perusahaan lain atau konsumen.

Peter Fingar mengungkapkan bahwa pada prinsipnya E-Commerce menyediakan infrastruktur bagi perusahaan untuk melakukan ekspansi proses bisnis internal menuju lingkungan eksternal tanpa harus menghadapi rintangan waktu dan ruang (time and space) yang selama ini menjadi isu utama. Peluang untuk membangun jejaring dengan berbagai institusi lain tersebut harus dimanfaatkan karena dewasa ini persaingan sesungguhnya terletak pada bagaimana sebuah perusahaan dapat memanfaatkan Ecommerce untuk meningkatkan kinerja dalam bisnis inti yang digelutinya.

4 jenis relasi dalam dunia bisnis sebuah perusahaan (Fingar, 2000):

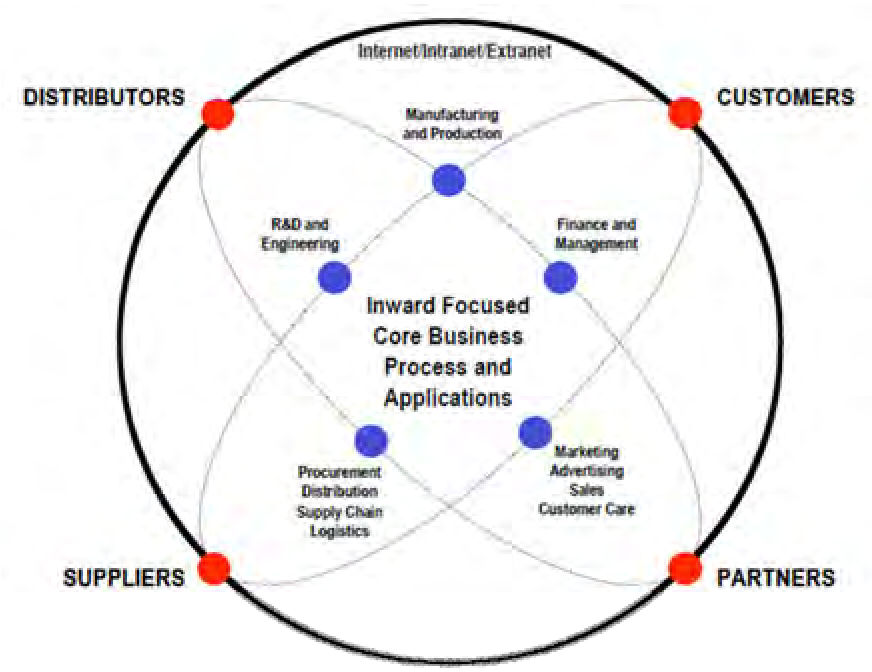
1. Relasi dengan pemasok (supplier);

2. Relasi dengan penyalur (distributor);

3. Relasi dengan rekanan (partner); dan

4. Relasi dengan konsumen (customer).

Berdasarkan bisnis intinya, masing-masing perusahaan memiliki urutan proses utamanya sendiri-sendiri (core processes), dimana pada berbagai titik sub-proses, terjadi interaksi antara perusahaan dengan salah satu entitas relasi di atas. Jika dahulu kebanyakan relasi hanya dapat terjalin secara “one-to-one relationship” karena alasan efisiensi, maka dengan adanya E-Commerce, hubungan antar perusahaan dengan entitas eksternal lainnya dapat dilakukan secara “many-to-many relationship” dengan lebih cepat, lebih baik, dan lebih murah.

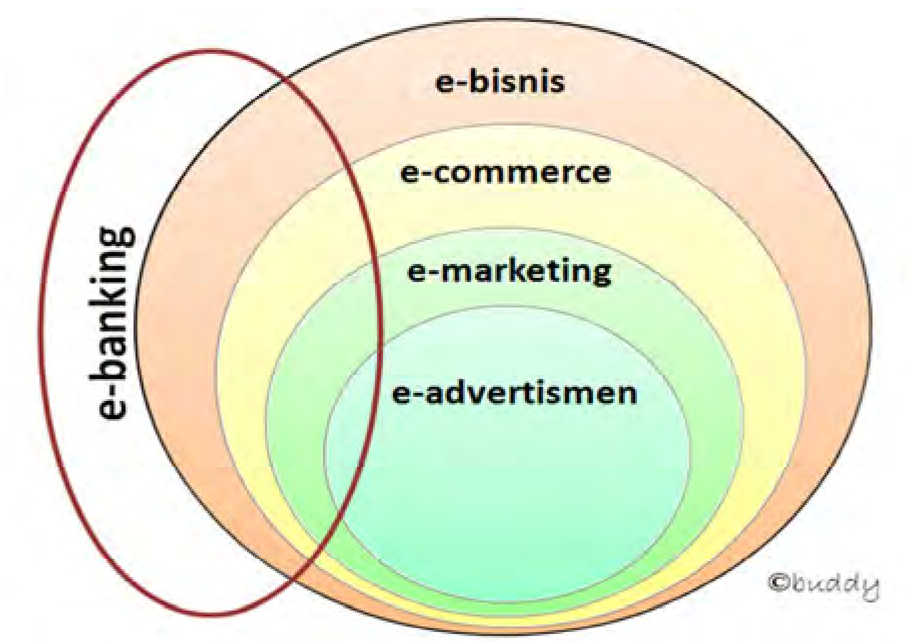


Gambar 8.2: Proses and Aplikasi E-Commerce
Sumber: Peter Fingar *et al*, 2000

Internet merupakan jaringan komputer yang dapat menghubungkan perusahaan dengan domain publik, seperti individu, komunitas, institusi, dan organisasi. Jalur ini merupakan jalur termurah yang dapat digunakan perusahaan untuk menjalin komunikasi efektif dengan konsumen. Mulai dari tukar menukar data dan informasi sampai dengan transaksi pembayaran dapat dilakukan dengan

cepat dan murah melalui internet. Jenis Ecommerce yang cocok memakai jalur internet ini adalah B-to-C.

Intranet merupakan infrastruktur jaringan komputer yang menghubungkan semua sumber daya manusia, baik manajmen maupun staf, dalam sebuah perusahaan sehingga dengan mudah mereka dapat saling berkomunikasi untuk menunjang aktivitas bisnis sehari-hari. Aplikasi-aplikasi yang berhubungan dengan komunikasi, kolaborasi, dan kooperasi biasanya diimplementasikan di dalam sistem intranet ini. Sementara Ekstranet merupakan sebuah infrastruktur jaringan yang menghubungkan perusahaan dengan para pemasok dan rekanan bisnisnya. Jika dahulu teknologi EDI (Electronic Data Interchange) banyak dipergunakan untuk keperluan ini, tipe Ecommerce B-to-B merupakan pilihan tepat untuk membangun sistem ekstranet di perusahaan.



Gambar 8.3 : Hubungan antara e-bisnis, e-commerce, e- marketing, e-advertisment dan e-banking

Pada akhirnya, E-Commerce bukanlah sekedar mekanisme penjualan barang atau jasa melalui medium internet, tetapi lebih pada sebuah transformasi bisnis yang merubah caracara perusahaan dalam melakukan aktivitas usahanya sehari-hari. Perubahan mendasar dan redefinisi ulang terhadap bisnis inti

perusahaan sering kali harus dilakukan sehubungan dengan fenomena ini, karena berbagai paradigma baru telah mengubur prinsip-prinsip manajemen

Tugas 8.1 :

1) Sebutkan pengertian e-bisnis, e-commerce, e-marketing, e-advertisment dan e-banking menurut pemahaman anda.
2) Sebutkan hubungan antara kelima sub sistem diatas

konvensional yang jika masih terus dilaksanakan akan justru menjadi hal yang merugikan perusahaan (disadvantage).

Lembar Kerja 8.1

Kegiatan elektronik	pengertian
e-bisnis	
e-commerce	
e-marketing	
e-advertisment	
e-banking	

Lembar Kerja 8.2

Kegiatan Elektronik	Bentuk Hubungan
e-bisnis	
e-commerce	

e-marketing	
e-advertisment	
e-banking	

1. Strategi pemasaran dalam e-commerce

Perkembangan internet telah menyebabkan terbentuknya sebuah arena baru yang lazim disebut sebagai dunia maya, dimana setiap individu memiliki hak dan kemampuan untuk berhubungan dengan individu lain tanpa adanya batasan apapun yang menghalanginya. Globalisasi yang sesungguhnya pada dasarnya telah terlaksana di dunia maya, yang menghubungkan antar seluruh masyarakat digital atau mereka yang kerap menggunakan internet dalam aktivitas kehidupannya setiap hari.



Gambar 8.4 Fungsi Internet dalam Bisnis

Dari seluruh aspek kehidupan manusia yang terkena dampak oleh kehadiran internet, sektor bisnis atau perdagangan merupakan yang paling cepat tumbuhnya. Berdagang di dunia maya dengan memanfaatkan perangkat telekomunikasi, yang kerap diistalahkan sebagai e-commerce (electronic commerce), merupakan suatu mekanisme bisnis tersendiri yang masih seumur jagung usianya. Namun disinilah letak keistimewaannya. Untuk pertama kalinya seluruh manusia di lapisan bumi memiliki kesempatan dan peluang yang sama untuk dapat berhasil berbisnis di dunia maya, karena selain “usaha” ini masih

tergolong baru, paling tidak di perekonomian Indonesia, lahan yang belum "digarap" masih tersedia sedemikan luasnya. Kajian dalam buku ini diharapkan dapat menjadi pintu masuk bagi anda untuk mendalami bidang *e-commerce* dan berniat untuk mulai belajar dan memahaminya. Mudah-mudahan buku ini dapat memberikan sedikit kontribusi bagi anda di tengah kurangnya koleksi pustaka di bidang teknologi informasi, terutama dalam hal *e-commerce*.

Strategi pemasaran dalam e-commerce tidak ubahnya terjadi dalam pemasaran konvensional yaitu pengambilan keputusan-keputusan tentang

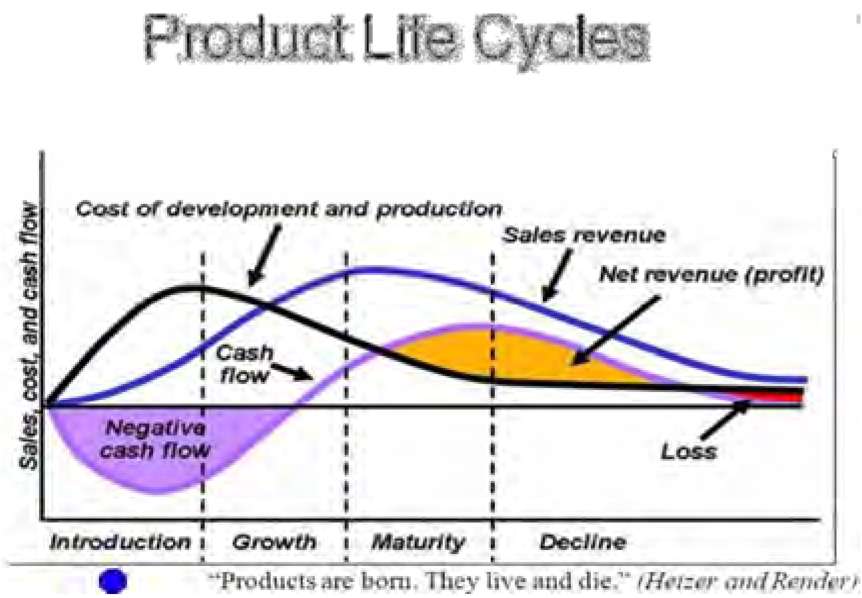


Gambar 8.5 Alur Transaksi eCommerce

pemasaran, bauran pemasaran, alokasi pemasaran dalam hubungan dengan keadaan lingkungan yang diharapkan dan kondisi persaingan. Dalam strategi pemasaran, ada 4 faktor utama yang menyebabkan terjadinya perubahan strategi dalam pemasaran dalam *e-commerce* yaitu :

1. **Daur hidup produk**

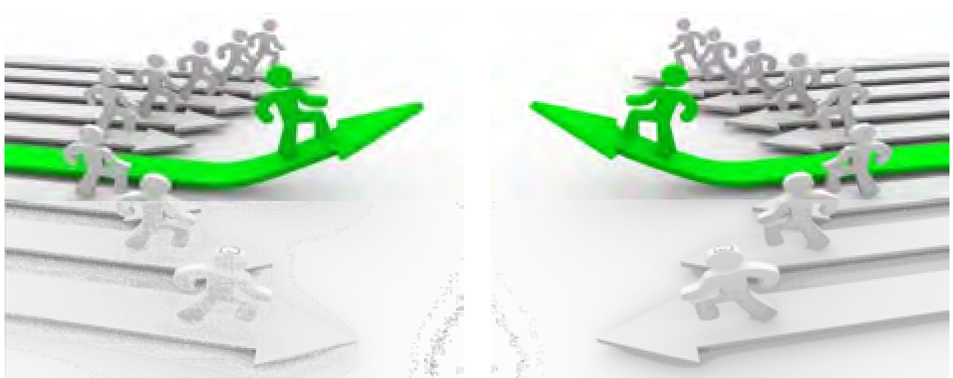
Strategi harus disesuaikan dengan tahap-tahap daur hidup, yaitu tahap perkenalan, tahap pertumbuhan, tahap kedewasaan dan tahap kemunduran.



Gambar 8.6 Product Life Cycles

2. Posisi persaingan perusahaan di pasar yang memanfaatkan e-commerce

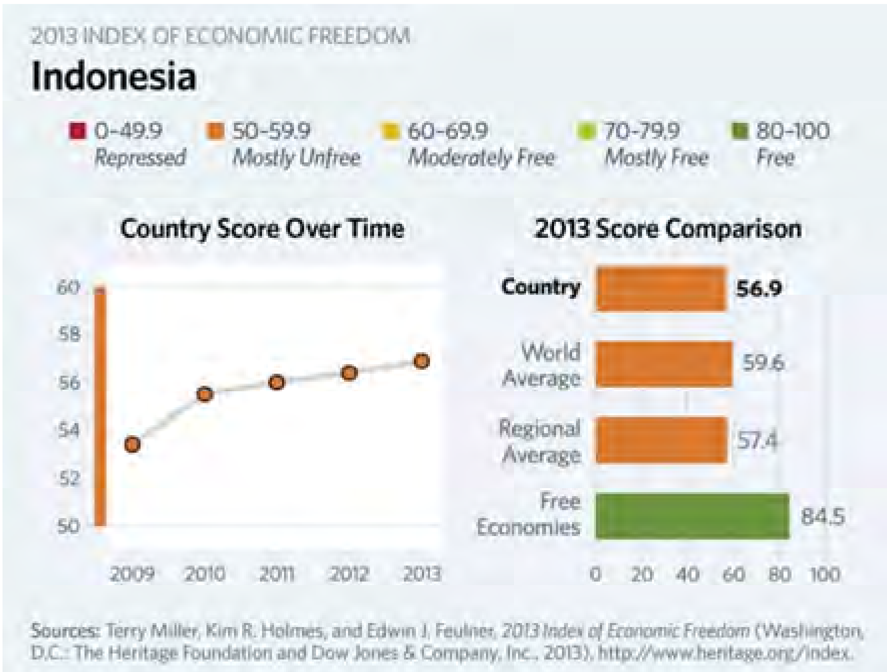
Strategi pemasaran harus disesuaikan dengan posisi perusahaan dalam hal persaingan usaha, apakah ingin menjadi pemimpin, menantang, mengikuti atau hanya mengambil sebagian kecil dari pasar.



Gambar 8.7 Kompetisi eCommerce

3. Situasi ekonomi

Strategi pemasaran harus disesuaikan dengan situasi ekonomi dan pandangan kedepan, apakah ekonomi berada dalam situasi makmur atau inflasi tinggi.



Gambar 8.8 Index Pertumbuhan Ekonomi Tahun 2013

4. Penggunaan media on-line

Dalam pemasaran melalui e-commerce perlu mempertimbangkan kehandalan berbagai media on-line dan cakupan areanya yang perlu dipertimbangkan, demi meningkatkan daya saing dalam berbagai media yang memanfaatkan jejaring on-line.



Gambar 8.9 Media Pemasaran Online

4 Faktor yang mempengaruhi strategi e-commerce

1. Daur hidup produk
2. Posisi persaingan perusahaan di pasar
3. Situasi ekonomi
4. Penggunaan media on-line

Strategi pemasaran berdasarkan kebutuhan

Secara lebih jelas, strategi pemasaran dapat dibagi kedalam empat jenis yaitu:

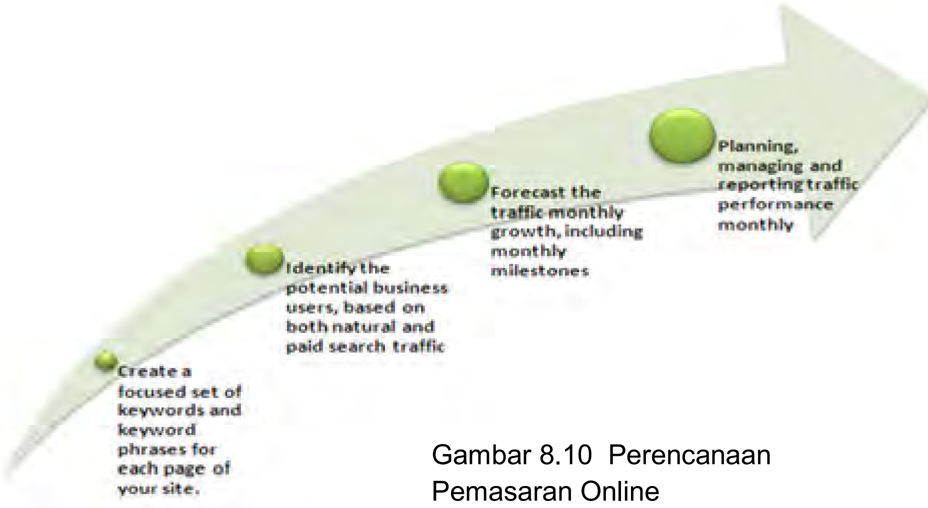
1. Merangsang kebutuhan primer dengan menambah jumlah pemakai.
2. Merangsang kebutuhan primer dengan memperbesar tingkat pembelian.
3. Merangsang kebutuhan selektif dengan mempertahankan pelanggan yang ada.
4. Merangsang kebutuhgan selektif dengan menjaring pelanggan baru.

b). Strategi pemasaran berdasarkan media yang digunakan

1) Keaslian lalu-lintas informasi

Tidak ada cara yang lebih baik untuk mengarahkan lalu lintas ke situs anda dari hasil pencarian yang sesungguhnya. Sejumlah besar lalu lintas datang ke website secara langsung melalui mesin pencari. Namun, langkah itu tidak mudah karena memerlukan teknik optimalisasi pencarian untuk pada website, Anda harus dioptimalkan dengan baik untuk pengguna maupun mesin pencari untuk mendapatkan peringkat teratas untuk kata kunci yang ditargetkan dalam hasil pencarian sesungguhnya yang diinginkan (dicari) oleh para pencari informasi produk di mesin pencari (*search engine*).

Untuk mencapai target pencarian ini, anda perlu mengoptimalkan kata kunci website Anda untuk dapat diposisikan pada urutan utama pada mesin pencari. Gunakan kata kunci lalu lintas utama yang berpusat pada produk utama yang anda tawarkan dalam situs anda. Sebuah aturan praktis, yang dapat digunakan adalah dengan menggunakan kata kunci (*meta data*) dan menempatkan istilah pencarian tersebut kedalam tubuh konten (body) di setiap halamat web anda, yang berisi tentang informasi produk-produk yang anda tawarkan.



Gambar 8.10 Perencanaan Pemasaran Online

Hindari penggunaan kata kunci yang berulang atau tumpang tindih dan mempertahankan kepadatan kata kunci dari satu persen hingga dua persen. Cara ni akan membuat kata kunci dalam situs anda dapat dioptimalkan.

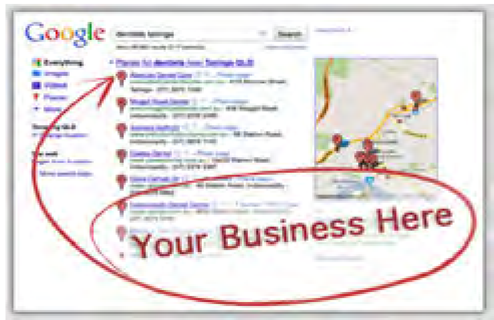
Selain itu, pastikan bahwa situs anda tidak dipenuhi dengan grafis karena situs dengan terlalu banyak grafis membutuhkan waktu tampil terlalu lama untuk memuat halaman website anda dan seringkali kondisi ini akan diabaikan oleh mesin pencari. Sebaliknya, gunakan gambar menarik dan relevan tetapi pastikan bahwa situs anda berisi gambar minimum. Demikian pula, membuat sebuah website menarik namun tetap berkondisi *user-friendly*.

Situs harus mudah dinavigasikan menggunakan link yang relevan. Pada saat yang sama, harus berisi beberapa gambar yang menarik (*eye-catchy*) yang mencerminkan bisnis anda secara profesional. Sebuah situs yang *user-friendly* yang dirancang dengan baik bertindak sebagai USP, dan memotivasi pengunjung untuk tetap menjelajahi informasi dalam situs anda dan menavigasi yang mereka inginkan melalui situs anda.

Jika berisi informasi yang berguna dan menyediakan produk dan layanan yang sesuai, ada kemungkinan besar bahwa pengunjung anda dapat mengkonversikan dirinya sehingga akhrinya menjadi prospek buat anda dan akhirnya menjadi pembeli produk-produk yang anda tawarkan.

2) **Optimalisasi Google Maps**

Listing atau mendaftarkan bisnis anda di peta Google (https://maps.google.co.id), merupakan salah satu strategi pemasaran e-commerce yang paling penting. Listing kedalam zona lokal membantu situs e-commerce untuk mendapatkan visibilitas diawal database pencarian informasi yang berujung pada penghimpunan pelanggan lokal. Dan imbas dari visibilitas database informasi tersebut, maka anda bisa mendapatkan prospek yang berkualitas dalam waktu singkat.



Gambar 8.11 Pemetaan Alamat Web

Manfaat terbesar dari daftar peta di google adalah anda dapat memperolehnya secara gratis. Anda hanya perlu mengisi informasi yang diperlukan, melalui proses verifikasi alamat, dan bisnis anda akan masuk dalam peta Google dalam waktu kurang dari satu hari.

Hal terbaik tentang daftar situs anda di peta Google adalah listing ini mendominasi halaman pertama hasil mesin pencari. Oleh karena itu, Anda dapat meyakinkan bahwa Anda akan mendapatkan lalu lintas pencarian informasi penawaran yang relative banyak dengan prospek lokal melalui pendaftaran bisnis anda di mesin pencari google.

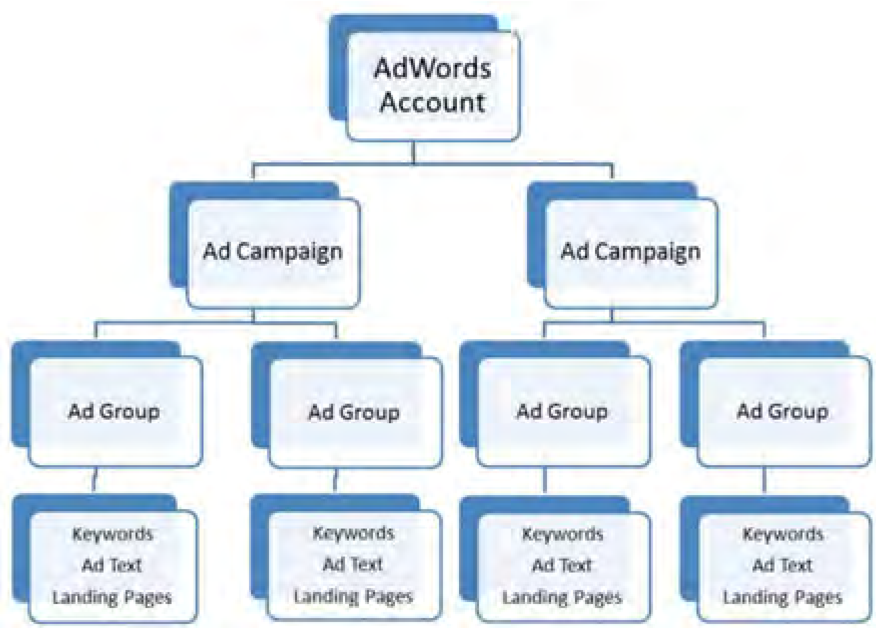
Selain itu, memungkinkan Anda untuk menghubungkan ulasan tentang orang-orang yang telah menggunakan produk dan jasa bisnis Anda. Karena sebagian besar orang bergantung pada umpan balik dan tanggapan dari pelanggan yang sudah ada, daftar usaha di Google membantu anda untuk dapat membangun kepercayaan dari para pelanggan maupun anda selakuk penjual produk dengan prospek dari para pelangga lokal di lokasi jangkauan usaha anda .

Di era modern mobile, orang menelusuri web menggunakan aplikasi mobile mereka. Manfaatnya, Google mampu menampilkan daftar peta pada halaman pertama dari hasil pencarian yang dilakukan dengan menggunakan perangkat

mobile. Jadi jangan lupa untuk mendaftarkan bisnis atau usaha e-commerce anda di peta Google untuk mendorong prospek lokal bagi usaha pemasaran dan penjualan online produk-produk anda.

3) Kampanye Pay Per Click (PPC)

Hasil pencarian berbayar merupakan salah-satu cara terbaik dalam menjalankan strategi pemasaran e-commerce untuk mendapatkan peringkat teratas dan tampil langsung dalam hasil mesin pencari untuk kata kunci bertarget tertentu. Seperti namanya *Pay Per Click* atau anda membayar iklan berdasarkan jumlah klik per-hari yang anda inginkan, menunjukkan bahwa anda telah membayar untuk mendapatkan peringkat teratas dalam hasil mesin pencari. Google *AdWords* dan *Yahoo overture* adalah sarana iklan terbaik dengan cara membayar kampanye per klik yang memberikan hasil yang bermanfaat untuk hasil pencarian berbayar.



Gambar 8.12 : Cara kerja iklan PPC (sumber: wordstream.com)

Pertama-tama, membuat iklan yang menarik bagi para pengunjung. Optimalkan iklan menggunakan kata kunci lalu lintas tertinggi daftar Adwords yang anda dapatkan dari google, memilih format iklan efektif dan menempatkan penawaran anda untuk kata kunci yang ditargetkan. Jika penawaran anda lebih tinggi, iklan anda akan dipindahkan atau diposisikan sebagai daftar yang disponsori pada halaman pertama hasil pencarian dalam mesin pencari.

Setiap kali pengguna akan mengklik iklan Anda, mereka akan diarahkan ke situs Anda. Meskipun membutuhkan sejumlah besar uang untuk mendapatkan lalu lintas dan prospek, tetapi uang yang anda belanjakan menjadi sangat bernilai dalam hal mengarahkan informasi pencarian yang ditargetkan dan akhirnya akan berujung dengan adanya penjualan produk anda dalam waktu yang relative singkat.

4) Promosi di Media Sosial

Miliaran orang telah menggunakan platform media sosial seperti Twitter, Facebook, dan media sosia sejenisnya untuk berinteraksi dengan satu sama lain. Sebagian besar orang tetap terhubung dengan internet melalui situs sosial. Hal ini pada gilirannya dapat memungkinkan anda untuk memanfaatkan kekuatan media sosial.



Gambar 8.13 Hubungan Media Sosial dengan Pemasaran

Mulailah mendaftarkan usaha anda ke situs sosial dan membuat halaman profil yang menarik. Desain halaman melalui kustomisasi, setelah mempertimbangkan prospek yang ditargetkan. Misalnya, jika calon target anda adalah perempuan muda, maka anda perlu memilih desain dan warna latar belakang serta gambar yang menarik bagi banyak perempuan, untuk ditampilkan dalam halaman website e-commerce anda.

Jangan terburu-buru untuk menjual produk anda. Fokuskan terlebih dahulu waktu anda dengan membangun sebuah daftar pengikut setia. Jadi, anda perlu melakukan beberapa langkah awal, yaitu bagaimana membuat basis pengikut setia ? Perkenalkan diri Anda sebagai ahli dalam hal yang menarik tentang informasi khusus mengenai diri anda. Misalnya, jika anda menjual produk penurunan berat badan, menjadi ahli dalam memberikan tips berguna pada cara-cara atau usaha-usaha penurunan berat badan. Berinteraksi dengan orang-orang yang mencari solusi penurunan berat badan, jika anda memang bergerak dalam bidang obat-obatan atau solusi penurunan berat badan.

Mencoba untuk menyelesaikan masalah mereka. Selama periode waktu tertentu, anda akan mampu membangun kepercayaan dan hubungan baik dengan pengikut anda. Setelah memenangkan kepercayaan pengikut anda, merekomendasikan produk anda kepada mereka.

Demikian pula, menginformasikan secara teratur dan posting pesan anda secara rutin pada halaman wall Facebook anda. Berinteraksi dengan pelanggan anda dan mendapatkan umpan balik mereka tentang produk atau jasa. Dengan cara ini anda pasti dapat mengarahkan lalu lintas bertarget besar untuk situs e-commerce yang anda kelola.

5) Penggunaan Blog

Menulis dan blogging dengan kekhususan informasi anda adalah salah satu strategi pemasaran e-commerce yang paling efektif yang akan menghasilkan banyak lalu lintas yang ditargetkan dan prospek yang berkualitas. Menulis di Blog secara teratur, dan menyediakan konten yang unik dan berguna untuk pembaca anda. Jangan lupa untuk menyertakan undangan untuk dapat bertindak yang sesuai pada akhir setiap posting.

Mendorong pembaca blog anda untuk segera mengambil tindakan termasuk membeli produk atau mendaftar (*sign up*) di halaman blog anda untuk dapat memperoleh email sebagai sarana promosi yang dapat anda gunakan kemudian hari, ketika anda hendak menawarkan produk-produk anda. Dengan cara ini, anda akan mampu membangun mailing list setia untuk mempromosikan dan menjual produk yang ada serta menawarkan produk baru.

Selain blogging, menulis artikel secara teratur dan mengirimkannya ke halaman dengan peringkat tertinggi dalam kelompok direktori artikel. Menulis artikel yang unik dan berkualitas, pastikan bahwa artikel berkaitan dengan spesialisasi situs anda. Demikian pula, memastikan bahwa itu berisi kata kunci bertarget. Jangan lupa untuk menyertakan link kembali ke website anda, dalam setiap artikel yang anda tulis.

Semakin tinggi jumlah link kembali menunjuk ke situs Anda, semakin tinggi peringkat halaman situs Anda. Jika page rank tinggi, ada kemungkinan kemungkinan bahwa website Anda akan muncul dalam hasil pencarian organik untuk kata kunci yang ditargetkan. Jika situs anda muncul di halaman pertama pada saat mesin pencari menampilkan hasil pencarian, Anda akan menikmati aliran yang banyak dari para pengunjung yang dapat mengkonversi menjadi prospek, jika produk dan layanan yang anda tawarkan berguna bagi mereka.

6) Penggunaan Video Marketing

Penampilan gambar, dapat berbicara seribu kata, dan penayangan video berbicara jutaan kata. Gambar gerak menarik perhatian orang dengan cara yang jauh lebih baik. Arahkan iklan pemasaran anda pada sifat manusia ini untuk menikmati memperoleh banyak lalu lintas yang ditargetkan ke situs web e-commerce anda. Mendaftarkan alamat website e-commerce anda ke situs seperti YouTube (1). Membuat video yang cocok yang menunjukkan produk dan jasa bisnis Anda (2). Posting video ini di YouTube dan situs serupa dengan link kembali ke situs Anda (3), Ambil dan abadikan video acara perusahaan anda dan peluncuran produk baru yang ada di perusahaan anda, mempublikasikan video tersebut di YouTube dan saluran video lainnya (4), merupakan langkah-langkah promosi e-commerce anda dalam informasi berbentuk video, yang tentu akan lebih menarik calon pelanggan anda.

Optimalkan informasi teks dengan judul dan deskripsi. Pastikan judul video terdiri dari frase kata kunci yang ditargetkan untuk menarik klien.

Selain cara tersebut diatas, termasuk juga pembuatan 5-6 kata kunci yang relevan dalam tag html dalam halaman website anda, berbagi link dan URL di media sosial YouTube dengan akun anda untuk meningkatkan popularitas

video anda dan mendapatkan visibilitas di YouTube oleh calon klien. Dalam waktu singkat, anda akan melihat aliran besar lalu lintas ke situs web e-commerce anda melalui saluran video.

7) Surat Kabar Digital

Menciptakan serangkaian strategi pemasaran melalui surat-kabar digital dan/atau informasi lain melalui internet yang efektif. Ini membantu Anda untuk berbagi dan mempromosikan diri dan bisnis Anda. Buat seri buletin dan mempromosikan secara efektif melalui bentuk-bentuk pemasaran dan situs sosial. Mendorong orang untuk mendaftar untuk seri surat-kabar (*newsletter*) anda dengan menyediakan e-book gratis atau laporan gratis mengenai topik tertentu.

Kirim surat-kabar bulanan untuk pelanggan Anda. Sertakan link ke situs anda dan berikan informasi berkualitas dengan undangan untuk bertindak mengunjungi kembali pada akhir surat-kabar yang anda kirimkan. Keuntungan utama dari seri surat-kabar anda akan mengarahkan pelanggan yang anda targetkan, maka kemungkinan mendapatkan konversi, sebagian besar akan meningkat.

Jika informasi dalam surat-kabar anda berguna dan *up-to-date*, Anda akan mendapatkan arus pengunjung setia setiap bulan melalui surat-kabar bulanan yang anda kirimkan.

Tugas 8.2 :

1) Sebutkan kelebihan dan kekurangan strategi pemasaran yang dilakukan berdasarkan kebutuhan.
2) Sebutkan kelebihan dan kekurangan strategi pemasaran yang dilakukan berdasarkan media yang digunakan

Lembar Kerja 8.3

Strategi Pemasaran berdasar Kebutuhan	Kelebihan	Kekurangan

Lembar Kerja 8.4

Strategi Pemasaran berdasar Media	Kelebihan	Kekurangan

1. **Menggunakan Afiliasi pemasaran untuk mempromosikan situs E-Commerce**

Afiliasi pemasaran adalah usaha perolehan pendapatan antara pengiklan online dengan pedagang dalam penjualan online. Dan pembayaran kompensasi didasarkan pada kinerja tindakan, biasanya dalam bentuk klik, penjualan, yang telah didaftarkan. Hubungan antara para pengiklan dan pedagang biasanya disebut sebagai afiliasi pedagang, dan penerbit atau penjualan kepada orang-orang yang dikenal sebagai afiliasi. Banyak manfaat afiliasi pemasaran termasuk potensi untuk menghasilkan banyak uang. Anda dapat melakukan banyak proses periklanan secara otomatis dan menerima pembayaran hanya

berdasarkan hasil yang diinginkan, yang meliputi penjualan, pendaftaran, dan jumlah permbayaran per klik (PPC).

Meskipun sebagian besar pedagang akan menganggap beberapa tingkat risiko dengan penipuan, masih ada tingkat resiko lain yang mungkin terjadi dalam proses afiliasi. Setelah Anda tahu apa yang Anda lakukan dengan pemasaran afiliasi, Anda akan dapat memahami dengan baik sebelum Anda mengetahui dan memanfaatkan jasa afiliasi.

Afiliasi pemasaran telah menjadi kontributor untuk dapat bangkit dari sebagian besar perusahaan online, termasuk Amazon.com, Tokopedia.com, Lazada.co.id dan lain-lain.

Amazon.com merupakan salah satu dari peng-adoptesi afiliasi pemasaran, dan sekarang telah banyak afiliasi yang berhubungan.

Afiliasi pemasaran juga memberikan Anda kesempatan untuk mempersiapkan diri di belakang produk yang Anda sukai, lalu anda membuatkan dan menawarkan link serta banner mereka melalui situs web pribadi yang anda miliki. Anda akan menerima uang untuk setiap produk yang dibeli yang telah anda wakili, dan cara ini dapat menjadi alasan yang cukup untuk berpartisipasi dalam usaha afiliasi.

Jika Anda telah berusaha mencari tambahan penghasilan, maka afiliasi pemasaran ini merupakan salah satu cara untuk melakukannya. Anda dapat tetap setia dengan satu pedagang atau berafiliasi dengan sebanyak pedagang yang Anda butuhkan untuk bisnis Anda. Afiliasi pemasaran di internet sekarang telah menjadi semakin populer – maka sekarang cara usaha afiliasi ini akan dapat menyediakan waktu luang bagi Anda dan tidak perlu pergi kemana-mana untuk melakukan usaha, yang kesemua usah afiliasi semacam ini tidak dapat anda lakukan tanpa memiliki jaringan internet ditempat tinggal anda, atau dimanapun anda berada.

Tugas 8.3 :

1) Sebutkan macam-macam afiliasi pemasaran yang dapat dilakukan dalam e-commerce.
2) Sebutkan menurut anda manakah system afiliasi pemasaran e-commerce yang lebih baik dan menguntunkan, jika kita bergabung dalam afiliasi tersebut.

Lembar Kerja 8.5

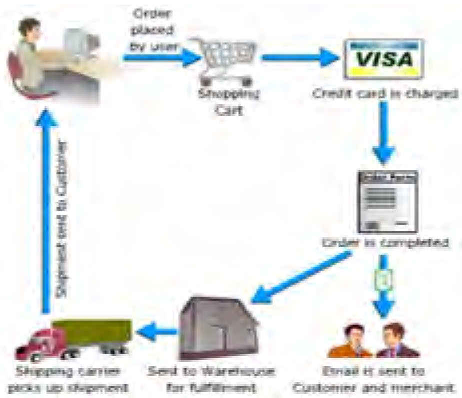
Nama Situs	Model Afiliasi

Lembar Kerja 8.6

Nama Situs	Hasil Afiliasi	
	Kelebihan	Kekurangan

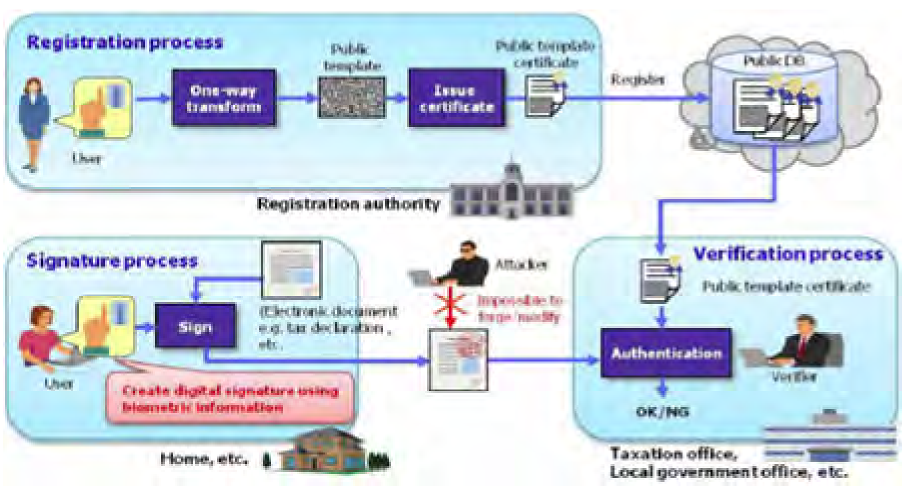
2. Membuat situs E-Commerce dengan aplikasi Opensource

Berbagai aplikasi e-commerce terus mempengaruhi kecenderungan dan prospek bisnis melalui Internet, termasuk e-marketing, e-advertising, e-banking, e-tailing dan publishing online / ritel online.



Gambar 8..14 Alur Belanja OnLine

Sebuah lingkungan e-banking lebih berkembang dan matang memainkan peran penting dalam e-commerce dengan menggeser dari modus pembayaran tradisional (yaitu, uang tunai, cek atau bentuk sah-paper-based) menjadi alternatif pembaayaran secara elektronik (seperti e-sistem pembayaran), sehingga menutup kemungkinan pengulangan pembayaran dalam e-commerce.



Gambar 8.15 : Proses penjualan buyer-seller dalam e-commerce

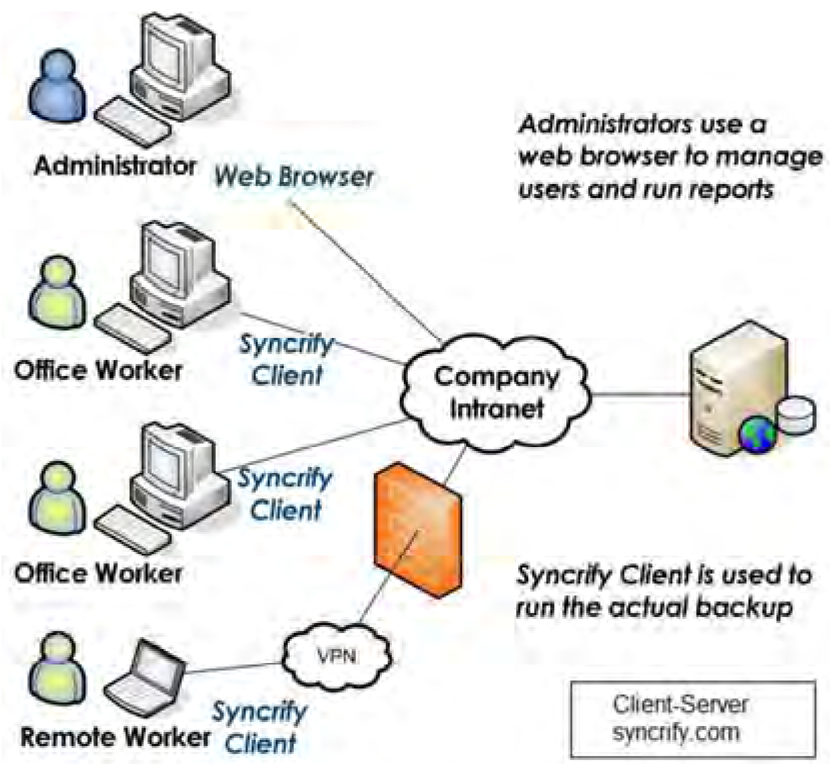
a) Manfaat e-Commerce secara umum adalah; Perluasan Jangkauan Geografis, Perluasan Basis Pelanggan, Meningkatkan Visibilitas melalui Search Engine Marketing, Memberikan informasi berharga tentang bisnis anda kepada Pelanggan, Tersedia selama 24/7/365 – Tidak pernah Tutup,

Membangun Loyalitas Pelanggan, Pengurangan biaya Pemasaran dan Periklanan, Pengumpulan data Pelanggan.

b) Manfaat dasar aplikasi e-Commerce dalam meningkatkan penjualan - ini merupakan hal pertama menurut anggapan banyak orang.

1) Arsitektur dan Konfigurasi Sistem

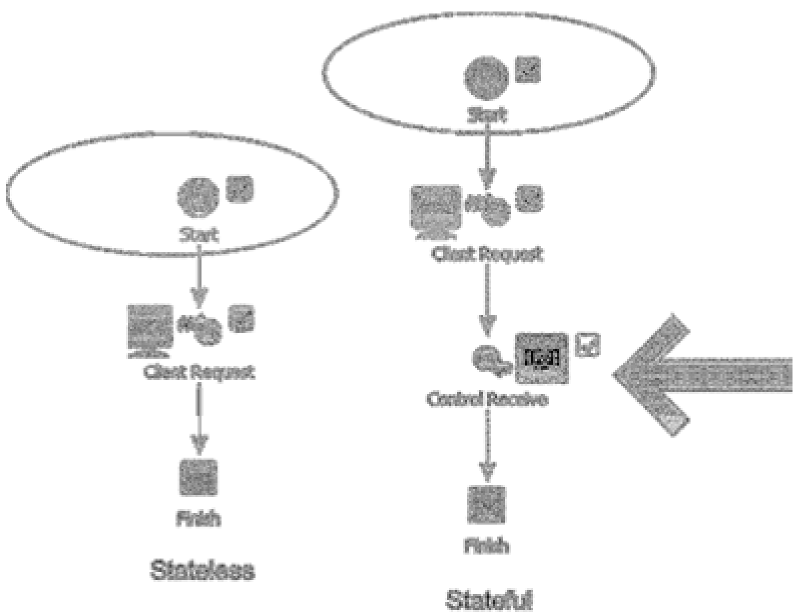
Arsitektur dasar dari aplikasi web ini adalah arsitektur *client/server*. Artinya pemrosesan aplikasi ini dijalankan melibatkan kedua sisi yakni sisi mesin server pusat dan sisi *client*. Hal ini berbeda dengan misalnya aplikasi Microsoft Word yang hanya melibatkan satu sisi saja yaitu sisi *client*. Atau bagi pengguna mesin VAX yang hanya menggunakan sisi server saja sedangkan sisi *client* hanya *dumb terminal* saja yang tidak melakukan pemrosesan apapun disisi *client.*



Gambar 8.16 : Arsitektur aplikasi client-server e-commerce

a. Stateless Web Server

Untuk aplikasi *E-Commerce* ini w*eb* server harus dapat mengingat siapa / identitas pengguna yang sedang melakukan browsing setiap halaman. Pada dasarnya aplikasi web dan protokol HTTP adalah *stateless*. Artinya setiap merespon sebuah *request* HTTP, server akan selesai bekerja (*complete*) dan tidak melakukan pencatatan apa yang telah dilakukan oleh pengguna sebelumnya dan terhadap siapa identitas pengguna. Server memperlakukan informasi permintaan (*request*) secara serial, satu persatu pada saat *request* masuk. Tidak ada koneksi permanen (*persistence*) yang berjalan setelah sebuah halaman telah selesai dilayani / dikerjakan.



Gambar 8.17 : perbedaan Stateless dan Statefull dalam e-commerce

Agar sebuah situs web mempunyai memori / *state*, dalam hal ini aplikasi ini mampu mengingat 'siapa memesan apa', beberapa informasi yang mengidentifikasi pengguna harus dikirim dengan setiap *request* halaman web. Informasi tersebut disimpan dengan menggunakan *session.* Session tersebut dipergunakan untuk merekam / *tracking* aktivitas pengguna yang melalui sejumlah halaman pada website, misalnya pada jenis aplikasi *Shopping Cart* (kereta belanja). Direkam pula informasi identitas pengguna yang memiliki kereta belanja tersebut. Dengan PHP, untuk penggunaan session ini mula-mula

dilakukan pengaturan pada file php.ini yang menunjukkan *session* dimulai (*start*). Dengan ini PHP akan membuat suatu identifier unik dan file yang berkaitan, yang disimpan di server (lokasinya di atur di php.ini dan nilai *default*nya di direktori /tmp). Kemudian pada saat pengguna berkunjung pada halaman-halaman situs web, semua informasi variable yang dipilih oleh pengguna akan disimpan dalam file pada server, dan semua script yang dibutuhkan untuk melacak sebagai identifier unik.

Implementasi *session* dapat mempergunakan *cookie* yang disimpan pada sisi *client,* atau dipropagasikan melalui alamat URL.

Untuk penggunaan *cookie,* yaitu dengan *passing* variabel melalui *cookie* yang menyimpan informasi semua elemen barang belanja dan harganya. Namun hal ini memiliki keterbatasan yaitu dari (http://en.wikipedia.org/wiki/Stateless_protocol) mengenai spesifikasi cookie yang hanya mengijinkan 20 *cookie* per domain dan berukuran hanya 4 bytes per *cookie*. Cara lain adalah dengan mengidentifikasi identitas / *identifier* member unik pada masing-masing pengguna, suatu nilai unik yang mengidentifikasi siapa pengguna tersebut. Sehingga pada saat pengguna menambahkan satu item pada kereta belanja, informasi yang berkaitan dengan identifier unik tadi disimpan di komputer server. Jika menggunakan cookie untuk fungsi penyimpan informasi tadi, diperlukan membuat *string* unik yang akan diletakkan dalam *cookie*, dalam direktori di server akan terdapat sebuah file yang memiliki nama yang sama sebagai ID pengguna yang unik. Dalam file tersebut dapat disimpan semua variabel yang berkaitan dengan pengguna. Contohnya terdapat *array* berisi item-item barang yang ditambahkan oleh seorang pengguna ke dalam kereta belanjanya.

Terdapat keterbatasan penggunaan *cookie,* yakni bila browser pengguna di atur untuk menolak (*reject*) *cookie*.

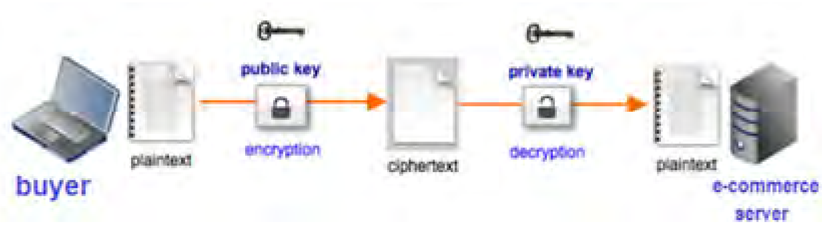
Metode lain yang dapat digunakan adalah dengan propagasi URL, yaitu dengan mengaktifkan *flag*–enable-trans-sid dalam konfigurasi PHP, hal ini berguna agar *session id* akan secara otomatis ditambahkan ke setiap *relative link* pada halaman-halaman web setiap kali *session* telah dimulai.

b. Konfigurasi Sistem dan Tool Yang Digunakan

Masalah lain dalam aplikasi ini adalah mengenai aspek keamanan dalam memperoleh informasi dari pengguna, terutama data mengenai penggunaan kartu kredit. Informasi ini perlu diverifikasi oleh institusi yang berkualifikasi dan memerlukan pengaturan konfigurasi serta penggunaan beberapa macam tool. Dalam membangun aplikasi ini dipergunakan algoritma untuk memelihara (*maintain*) *state*, pengambilan informasi secara *secure* terhadap kartu kredit, menggunakan kode pemrograman khusus dan penggunaan opsi instalasi khusus.

a) Enkripsi Public-Key / Private-Key

Siapapun yang ingin melakukan komunikasi terhadap sebuah mesin secara *secure* akan memiliki salinan dari Public key mesin tersebut. Kemudian diperlukan Private key yang bersifat rahasia untuk dapat membaca informasi yang diterima dari pengirim data. Misalnya pada pemrosesan kartu kredit dengan sebuah bank, nasabah memiliki Public key bank tersebut dimana ia dapat melakukan dekripsi informasi, namun masih diperlukan Private key yang disimpan oleh bank tersebut, untuk dapat melakukan dekripsi data.



Gambar 8.18 : Pengiriman Data Terenkripsi

b) Sertifikat

Pesan terenkripsi yang dikirim dan diterima akan memiliki semacam '*signature*', dan verifikasi selanjutnya dilakukan terhadap 'signature' tersebut. Untuk itu, organisasi yang akan mempergunakan komunikasi melalui web memerlukan kerjasama dengan organisasi lain yang mengeluarkan sertifikat yang memverifikasi pengirim pesan. Organisasi ini pulalah yang memberikan Publik key dan Private key. Salah satu contoh organisasi yang menerbitkan sertifikat sekuriti adalah VeriSign.

c) **Secure Protocol**

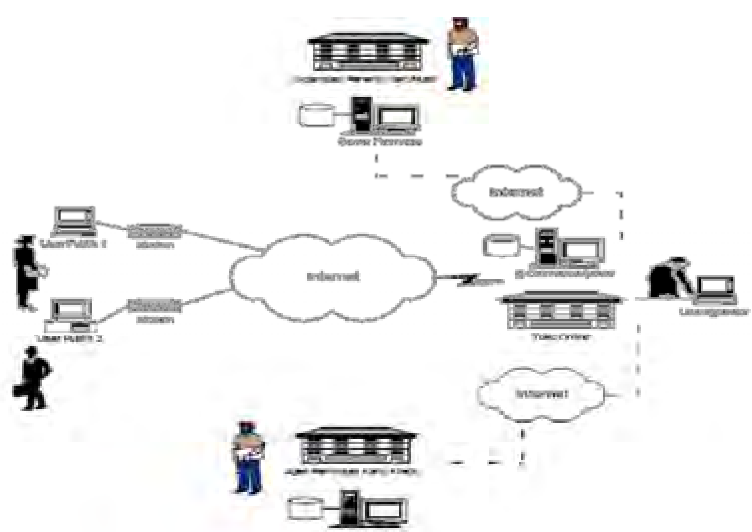
Protokol HTTP secara alamiah bersifat terbuka terhadap penyusupan. Paket-paket data yang melintas melalui *router* Internet dapat disadap dan dibaca. Namun informasi kartu kredit diinginkan agar tidak mudah terbaca. Untuk itu dibutuhkan penggunaan *Secure Socket Layer* atau SSL. SSL adalah protokol tambahan dimana *key* dan sertifikat dari suatu situs *e-commerce* akan ditransfer ke browser atau ke server lain.

Melalui SSL, browser akan dapat memverifikasi sertifikat dari situs tersebut sehingga dapat mengetahui identitas pengirim sebenarnya. Tata cara enkripsi ini masih mengandung kelemahan yakni pada aspek sumber daya manusia apabila kurang jujur, yakni apabila terjadi akses tidak sah dilakukan oleh orang yang sudah berada dalam sistem.

d) Enkripsi dan Tool Sekuriti

Pada server situs e-commerce, perlu ditambahkan modul SSL pada saat instalasinya. Untuk dapat melakukan autorisasi kartu kredit, diperlukan sertifikat. Contoh yang paling sering digunakan adalah VeriSign, yang memiliki layanan PayfloPro.

Website yang menggunakan konfigurasi SSL, maka website aplikasi dapat berkomunikasi dengan browser secara *secure*. Cirinya: URL dimulai dengan https:// , browser akan mencari Port 443 dan mencari serifikat.



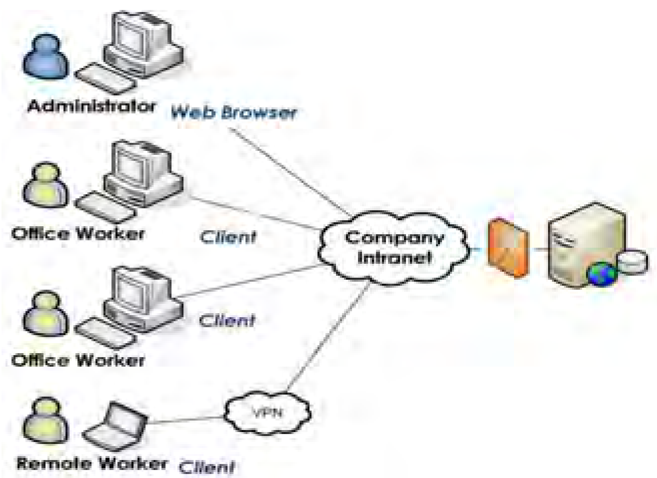
Gambar 8.19 : Komunikasi antar Situs E-Commerce

e) Penggunaan Firewall

Firewall digunakan untuk melindungi jaringan lokal dari serangan luar. Ada beberapa pilihan untuk menempatkan web server:

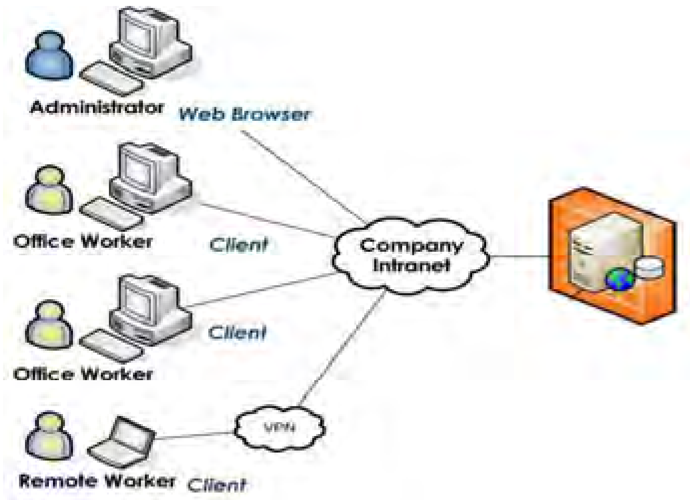
web server ditempatkan di luar dari *Firewall* (lihat gambar 8.4.6), adapun keuntungan dengan menempatkan server diluar dari firewall adalah bahwa web server mungkin saja menjadi subject penyerangan dari pihak luar; maka mereka "*sniffer*" tidak akan dapat meningkatkan serangan berikutnya untuk

merusak server-server lainnya. Dengan kata lain web server tidak akan dapat keuntungan dari segala macam bentuk pelindungan yang di usahakan *firewall*.



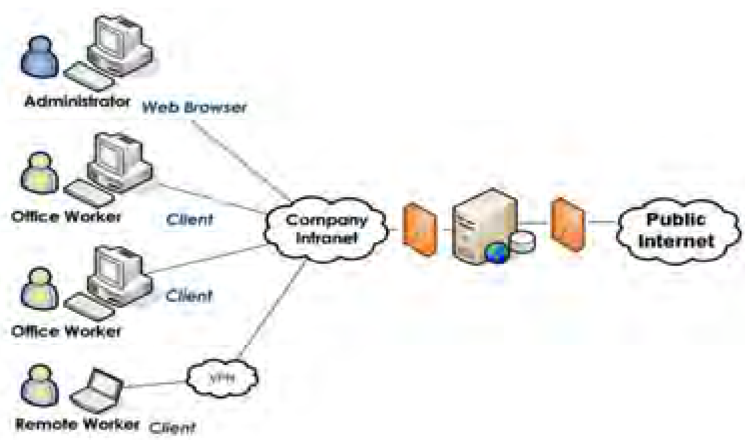
Gambar 8.20 : Situs E-Commerce berada diluar Firewall

Web server di dalam *firewall* (lihat gambar 8.4.7). Jika diterapkan seperti ini, perlu dikonfigurasi *firewall* menjadi akan melewatkan transaksi pada TCP port 80, atau dengan membolehkan secara langsung melewatkan paket maupun dengan menggunakan mekanisme proxy. Keuntungan dari menempatkan web server di dalam *firewall* yaitu *firewall* akan memblok akses dari luar yang menggunakan layanan Internet lainnya, seperti Telnet, FTP. Tetapi apabila penyusup "sniffer" tersebut menggunakan kesalahan dari program CGI script, mereka akan mempunyai akses tak terbatas ke jaringan lokal.



Gambar 8.21 : Situs E-Commerce berada didalam Firewall

Pilihan ketiga, yang paling baik, yaitu menggunakan dua *firewall*: satu untuk melindungi jaringan internal / lokal dan yang satunya lagi untuk melindungi web server (lihat gambar 8.4.8).



Gambar 8.22 : Situs E-Commerce berada didalam Firewall

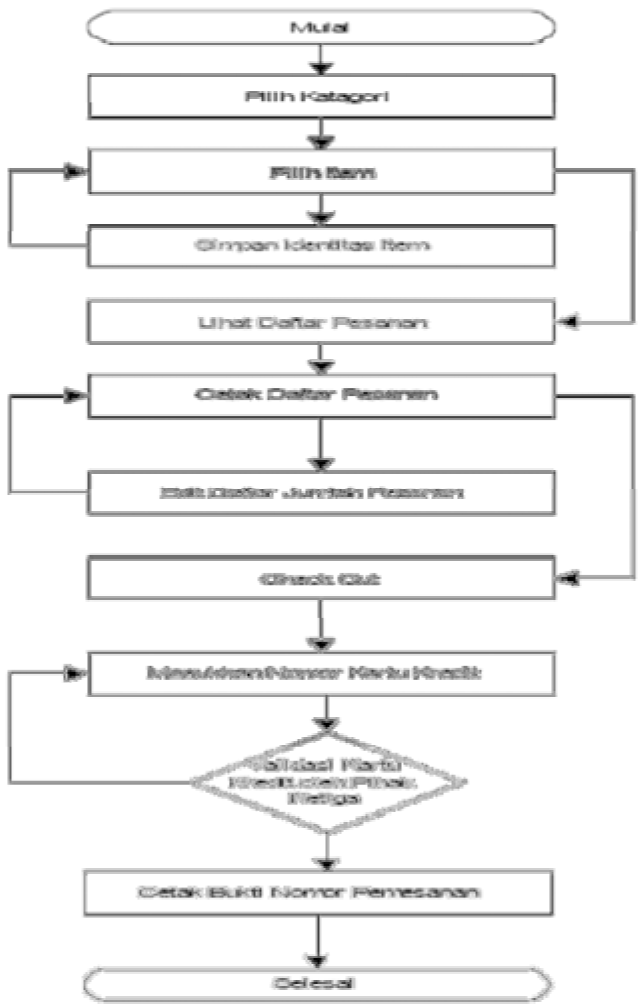
c. Pemrosesan Kartu Kredit

Pemrosesan kartu kredit dilakukan oleh perusahaan yang khusus untuk itu, terdapat beberapa nama perusahaan yang cukup dikenal, namun semuanya memiliki kesamaan cara kerja. Mula-mula dikirim permintaan / *request* dengan informasi kartu kredit: nomor, tanggal kadaluarsa, alamat, dan sebagainya, dan kemudian perusahaan tersebut akan mengirimkan kode kembalian sebagai respon. Kode PHP di sini adalah berfungsi untuk membandingkan kode yang

diterima dengan nilai yang didapat sebelumnya dari agen pemrosesan. Untuk aplikasi ini dipergunakan Authorizenet.com sebagai pemroses kartu kredit.

2. Menggunakan aplikasi e-commerce

Banyak sekali aplikasi e-commerce yang dapat kita gunakan, mulai dari yang berbayar sampai yang gratis atau berstatus opensource. Aplikasi e-commerce yang dapat kita download dan kita gunakan antara lain; Magento, osCommerce, Prestashop, Opencart, dll. Secara umum proses belanja pada situs e-commerce, sperti tergambar dalam alur berikut;



Gambar 8.23 : Proses Kerja Situs E-Commerce

3. Menggunakan aplikasi Opencart untuk situs e-commerce

Langkah Menggunakan Aplikasi Opencart

- ❖ Instalasi aplikasi Opencart
- ❖ Instal Extension Bahasa Indonesia
- ❖ Mengelola aplikasi Opencart

Untuk menggunakan Opencart sebagai situs e-commerce, perlu kita lakukan beberapa prosedur, mulai dari instalasi aplikasi yang didahului dengan download aplikasi, kemudain mengupload dan mengekstrak file aplikasi opencart, menambahkah tampilan antar muka bahasa (missal: Indonesia) serta mengelola situs e-commerce yang telah berhasil di instalasikan kedalam server yang telah kita miliki akun dan password sebelumnya.

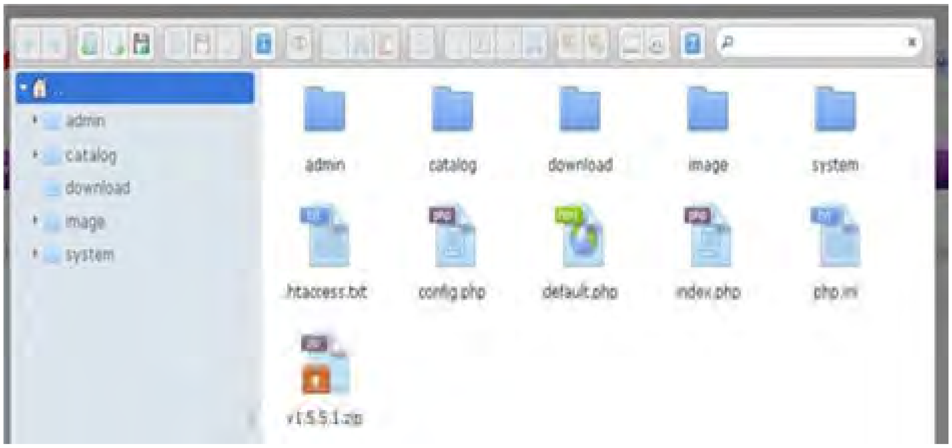
❒ Instalasi aplikasi Opencart

1. **Download installer Opencart di**

http://www.opencart.com/index.php?route=download/download
Pada tutorial ini kami menggunakan Opencart versi 1.5.5.1 yang dapat didownload di

https://github.com/opencart/opencart/archive/v1.5.5.1.zip

2. **Upload dan ekstrak installer** Opencart tersebut ke dalam direktori hosting anda. Rename file **config-dist.php** menjadi **config.php** dan file **admin/config-dist.php** menjadi **admin/config.php**.



Gambar 8.24 File Hasil Extract OpenCart

Klik link berikut untuk tutorial cara mengupload melalui menu "File Manager": http://www.idhostinger.com/forum/tutorial/1016-cara-mengupload-file-website-m.html

3. **Buat sebuah database baru** melalui menu "Database MySQL". Database host, database name, database user dan database password anda akan diperlukan pada saat proses instalasi (Step 3).



Gambar 8.25 Persiapan Membuat Database, User dan Password

4. **Step 1 - Kunjungi alamat website anda**. Centang "I agree to the liscence" dan klik "Continue / Next".



Gambar 8.26 Persetuiuan Untuk Instalasi

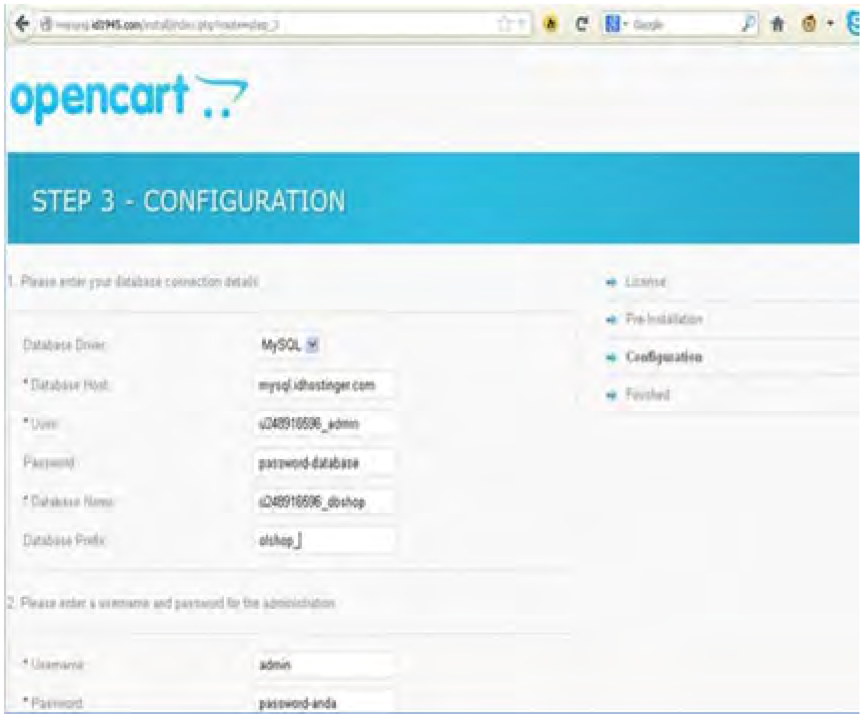
5. Step 2 - Pre-Installation. Tahap ini hanya untuk mengecek apakah persyaratan instalasi telah terpenuhi. Silahkan klik "Continue / Next".

6.



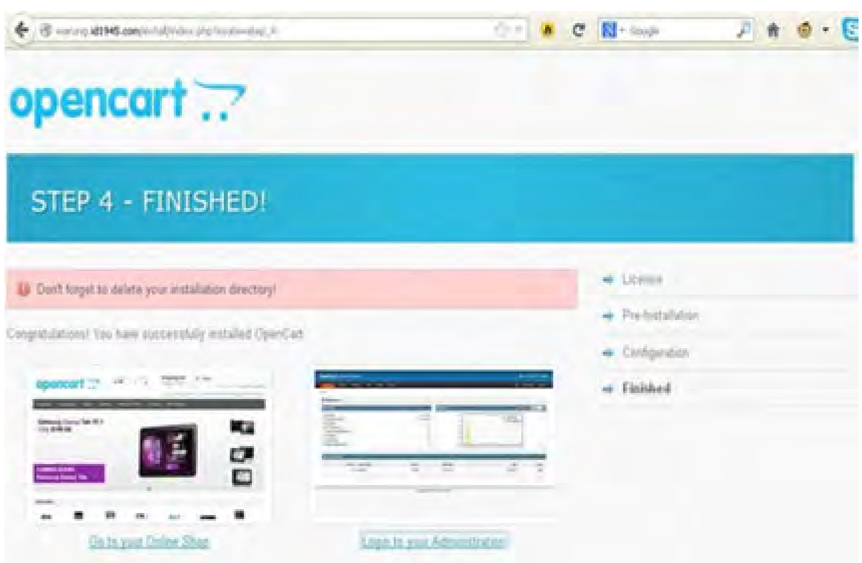
Gambar 8.27 Daftar Fitur yang sukses di Instal

7. **Step 3 - Configuration**. Silahkan isi detail database dan login admin website anda.



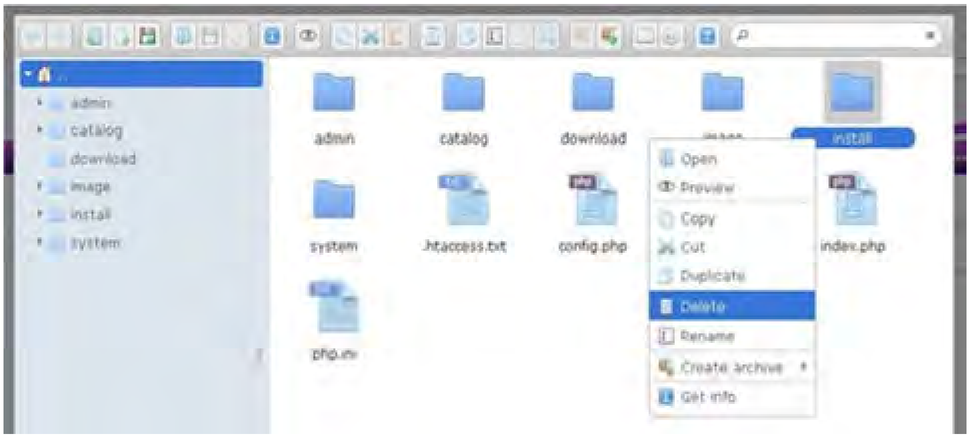
Gambar 8.28 Konfigurasi Database

8. **Step 4 - Instalasi Opencart selesai**.



Gambar 8.29 Sukses Install

9. **Hapus folder "install".**



Gambar 8.30 Hapus Folder Install

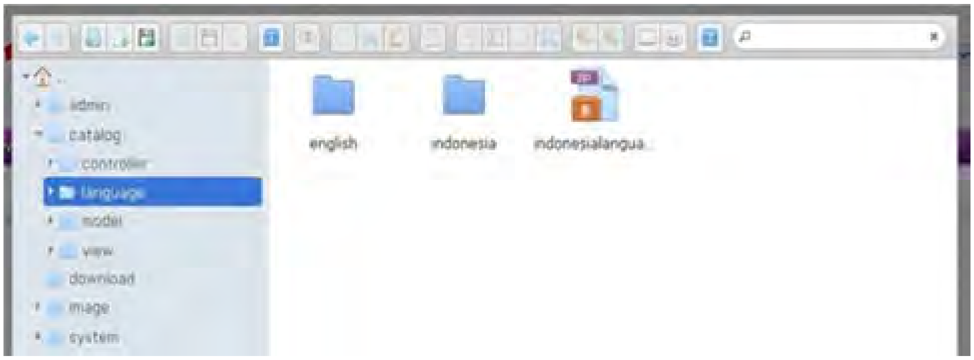
❒ Instal Extension Bahasa Indonesia untuk Opencart

Ada banyak Extension yang dibuat oleh pada pengembang web untuk membantu pengguna mengubah bahasa default Opencart (English) menjadi Bahasa Indonesia. Anda dapat mencari extension tersebut di http://www.opencart.com/index.php?route=extension/extension dengan menggunakan kata kunci bahasa indonesia. Pada buku ini kita akan menggunakan extension gratis berikut:

1. Download Bahasa Indonesia StoreFront OpenCart 1.5.5.1. Extension Bahasa Indonesia untuk Frontend / Catalog. Download: http://www.opencart.com/index.php?route=extension/extension/info&extension_id=10239

2. **Download Bahasa Indonesia Backend OpenCart 1.5.5.1**. Extension Bahasa Indonesia untuk Backend / Admin. Download: http://www.opencart.com/index.php?route=extension/extension/info&extension_id=10238

3. **Upload dan ekstrak folder "indonesia" dari installer Bahasa Indonesia StoreFront** OpenCart 1.5.5.1 ke folder **catalog/language/**



Gambar 8.31 Upload dan Ekstrak Folder Bahasa Indonesia
untuk Storefront

4. **Upload dan ekstrak folder "indonesia" dari installer Bahasa Indonesia Backend** OpenCart 1.5.5.1 ke folder **admin/language/**



Gambar 8.32 Upload dan Ekstrak Folder Bahasa Indonesia
untuk Backend

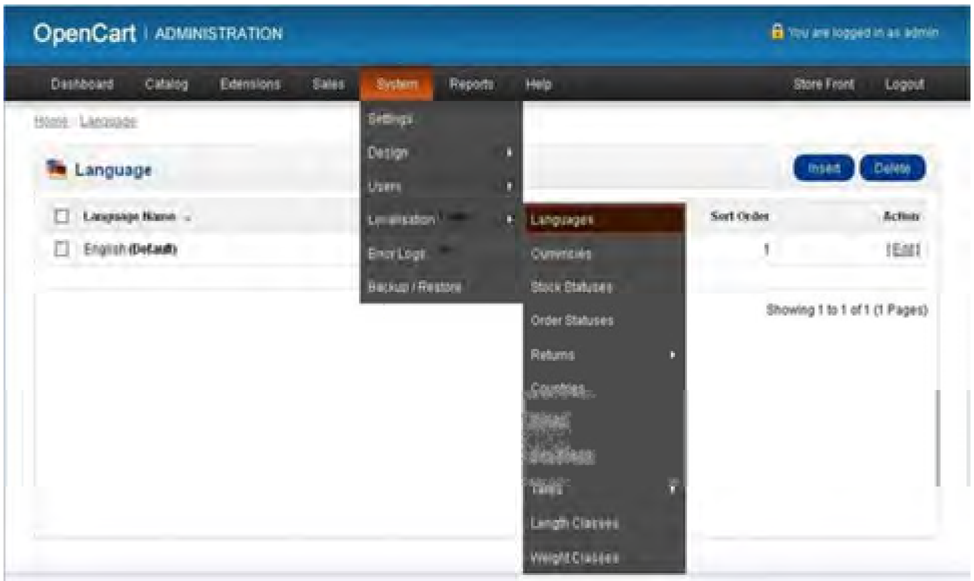
5. **Login ke halaman Admin, www.domain-anda.com/admin/,** lalu pilih menu **System => Localisation => Language**. Klik tombol "Insert" untuk membuat entri baru dengan parameter sebagai berikut:

Language Name	: Indonesia
Code	: id
Locale	: id_ID.UTF-8,id_ID,id-id,indonesia
Image	: id.png
Directory	: indonesia

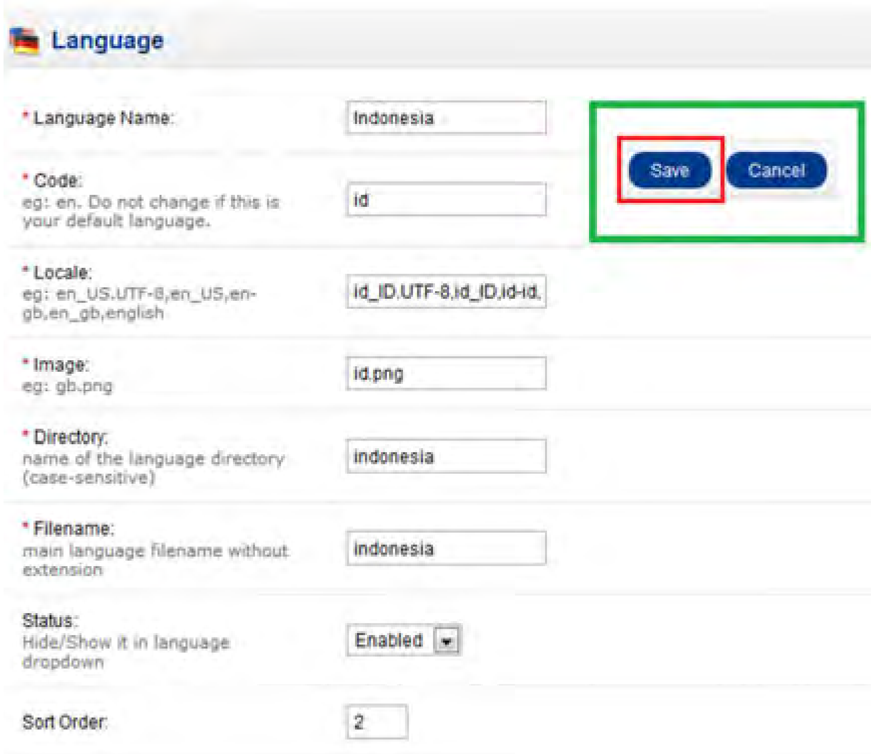
Filename : indonesia

Status : Enable

Sort Order : 2

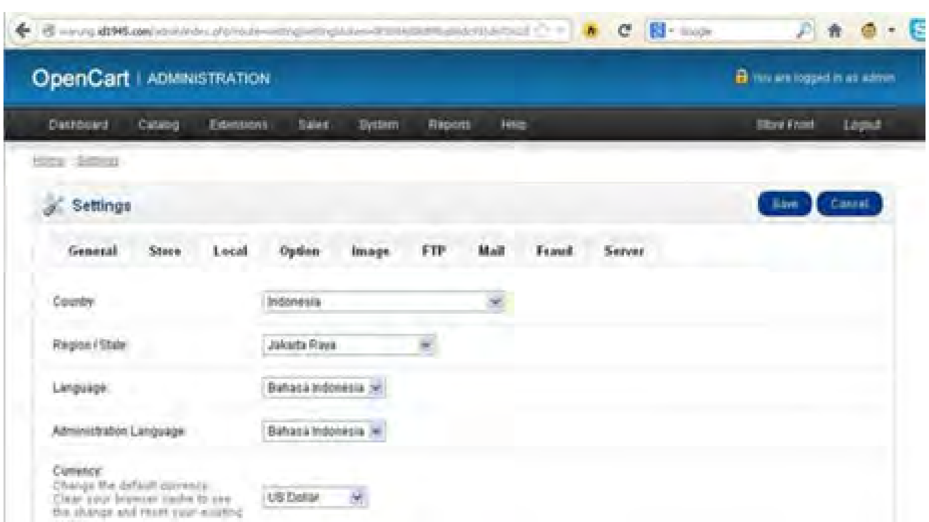


Gambar 8.33 Halaman Admin



Gambar 8.34 Setting Bahasa Indoesia

5. **Pilih menu System => Setting**. Klik tombol "Edit" => pilih tab "Local" untuk mengaktifkan setting Bahasa Indonesia pada halaman web anda.



Gambar 8.35 Mengktifkan Bahasa Indoesia

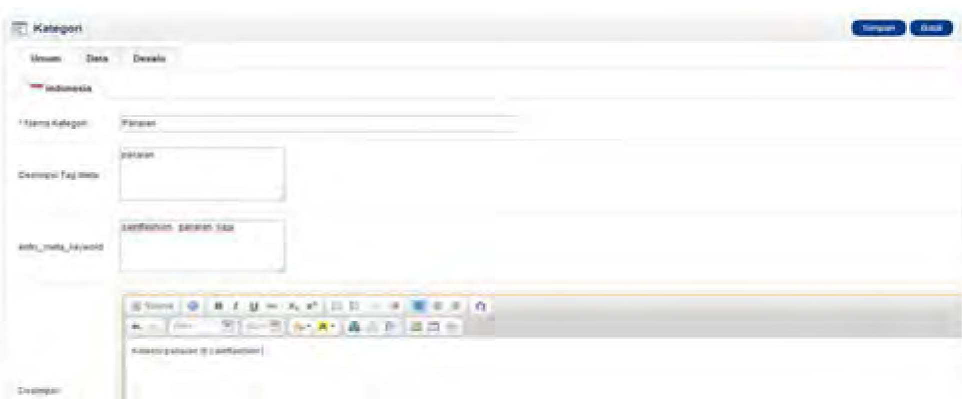
❒ Mengelola aplikasi Opencart

1. Membuat kategori



Gambar 8.36 Membuat Kategori

Katalog >> Kategori >> Klik button masukan



Gambar 8.37 Mengisi Kategori

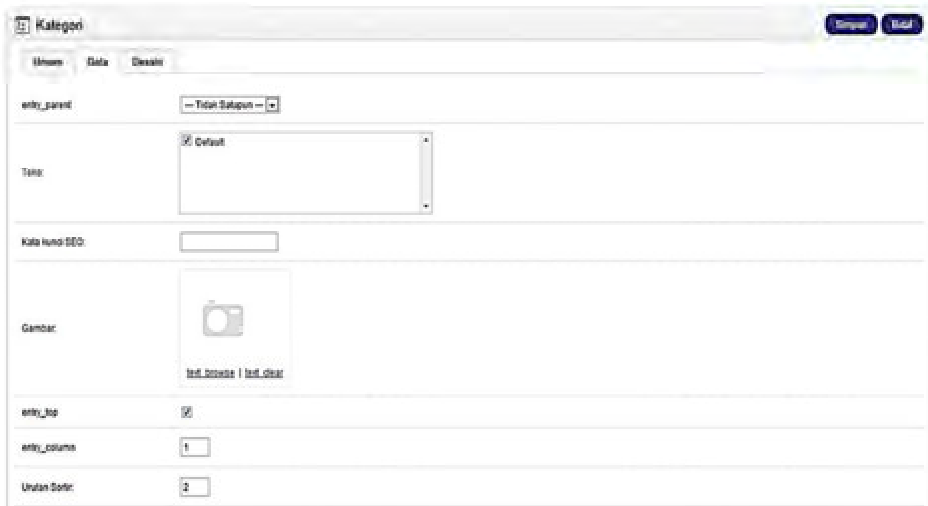
Masukan :

Nama kategori

Deskripsi meta : deskripsi yang di index google

Meta keyword : kata kunci yang ter-index google (setiap kata di beri koma)

Deskripsi : deskripsi tentang kategori



Gambar 8.38 Halaman Tab Data

Isi tab data

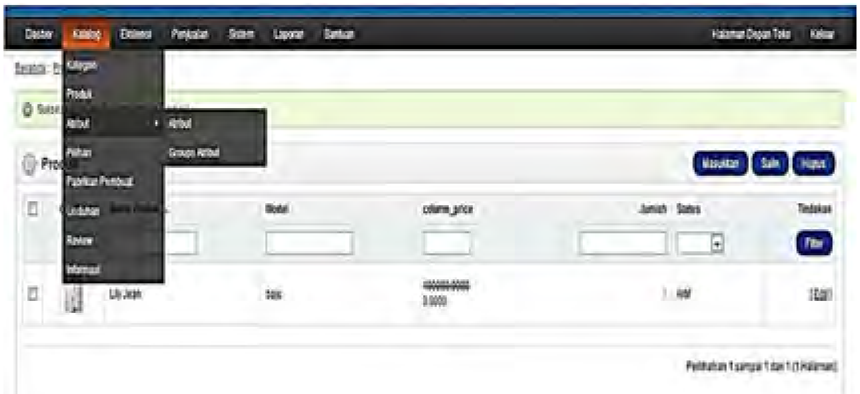
- Entry_parent   : menjadikan sub kategori
- Kata kunci seo : kata kunci yang ter-index google (setiap kata di beri koma)
- Entri top   : centang untuk menampilkan di menu home



Gambar 8.39 Halaman Simpan

Klik simpan

2. Menambahkan Grup Atribut



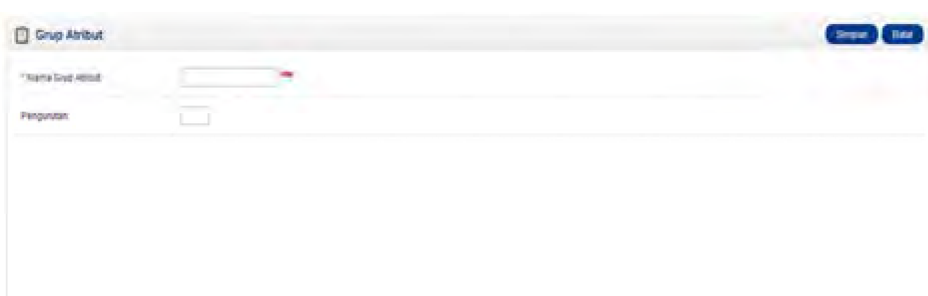
Gambar 8.40 Menu Menambah Atribut

Katalog >> atribut >> grups atribut



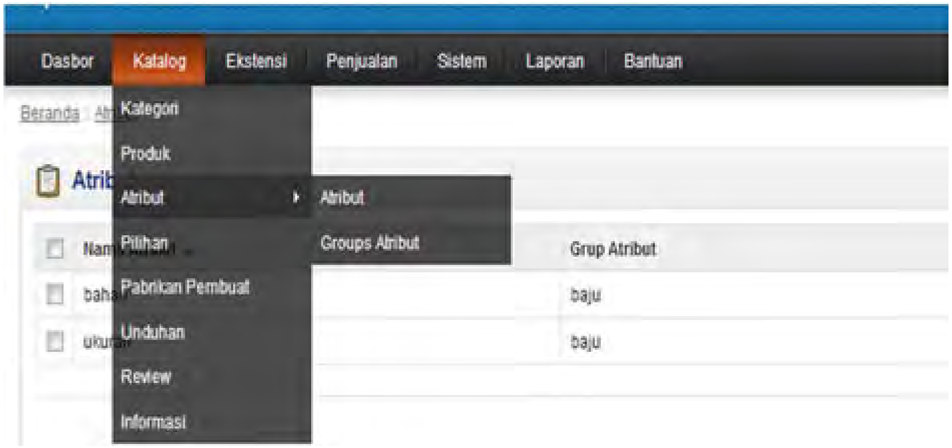
Gambar 8.41 Halaman Group Atribut

Klik masukan



Gambar 8.42 Memasukkan Group Atribut

3. Menambahkan Atribut



Gambar 8.43 Menu menambah Atribut

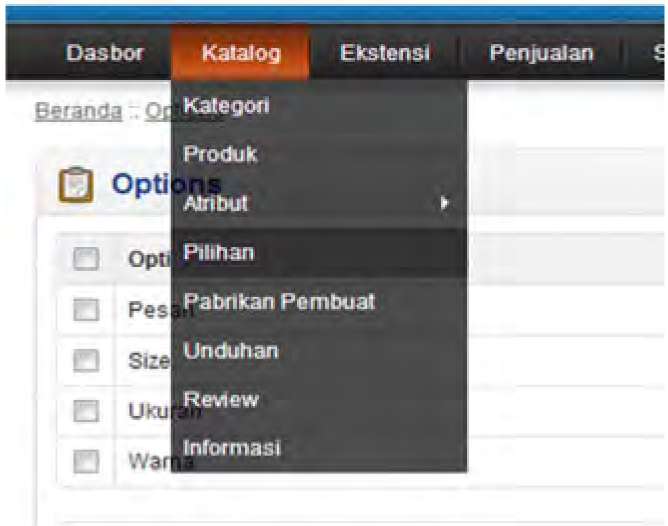
Katalog >> atribut >> atribut



Gambar 8.44 Halaman Atribut

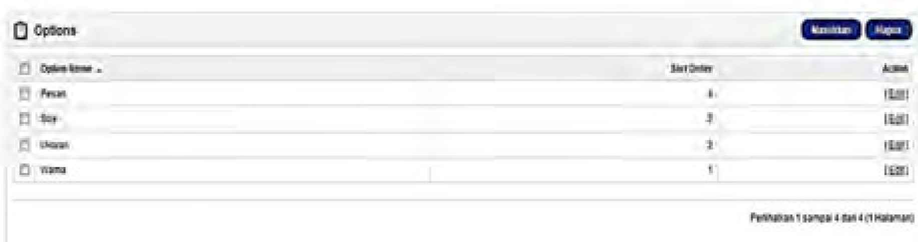
Klik masukan

4. Masukan Pilihan (pilihan warna / ukuran / jenis saat memesan)



Gambar 8.45 Menu Pilihan

Katalog >> pilihan



Gambar 8.46 Halaman Menu Pilihan

Klik masukan



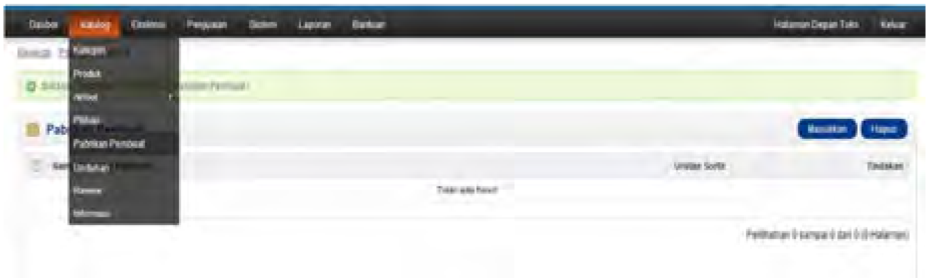
Gambar 8.47 Halaman Masukan Pilihan

Masukan nama

Pilih type

Tambah nilai pilihan

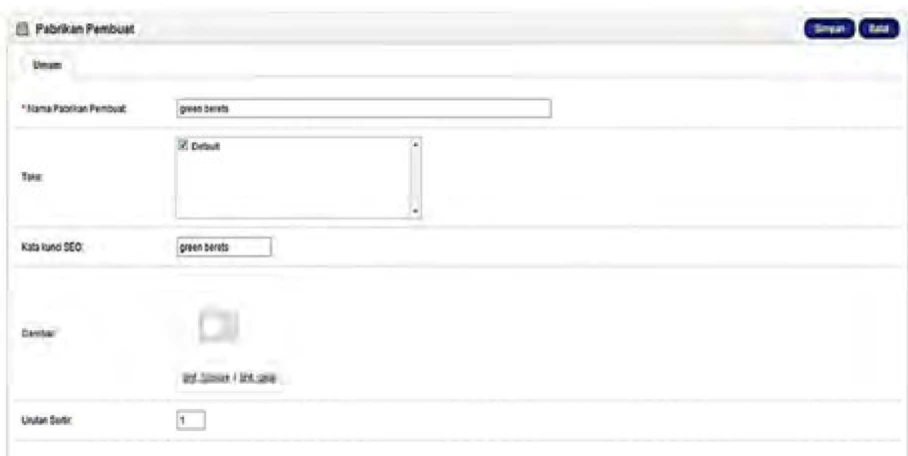
5. Menambahkan Produk Pembuat



Gambar 8.48 Menu menambah Produk Pembuat

Katalog >> Pabrik Pembuat

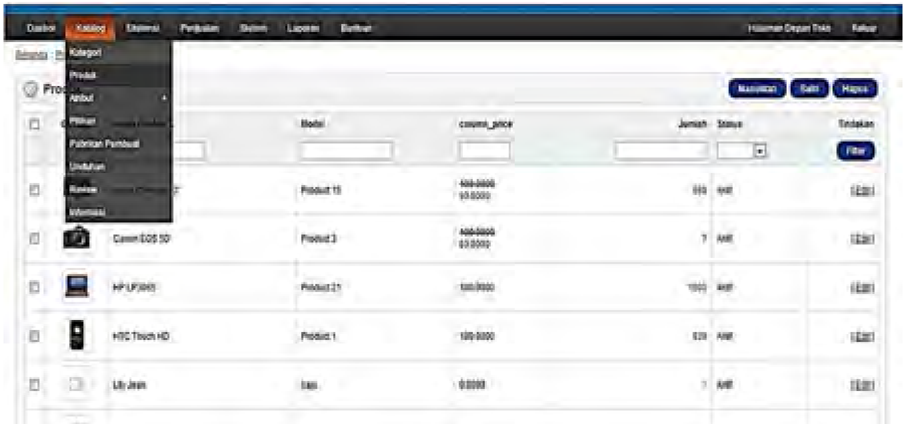
Masukan



Gambar 8.49 Halaman menambah pabrik

Lengkapi data >> simpan

6. Menambahkan Produk

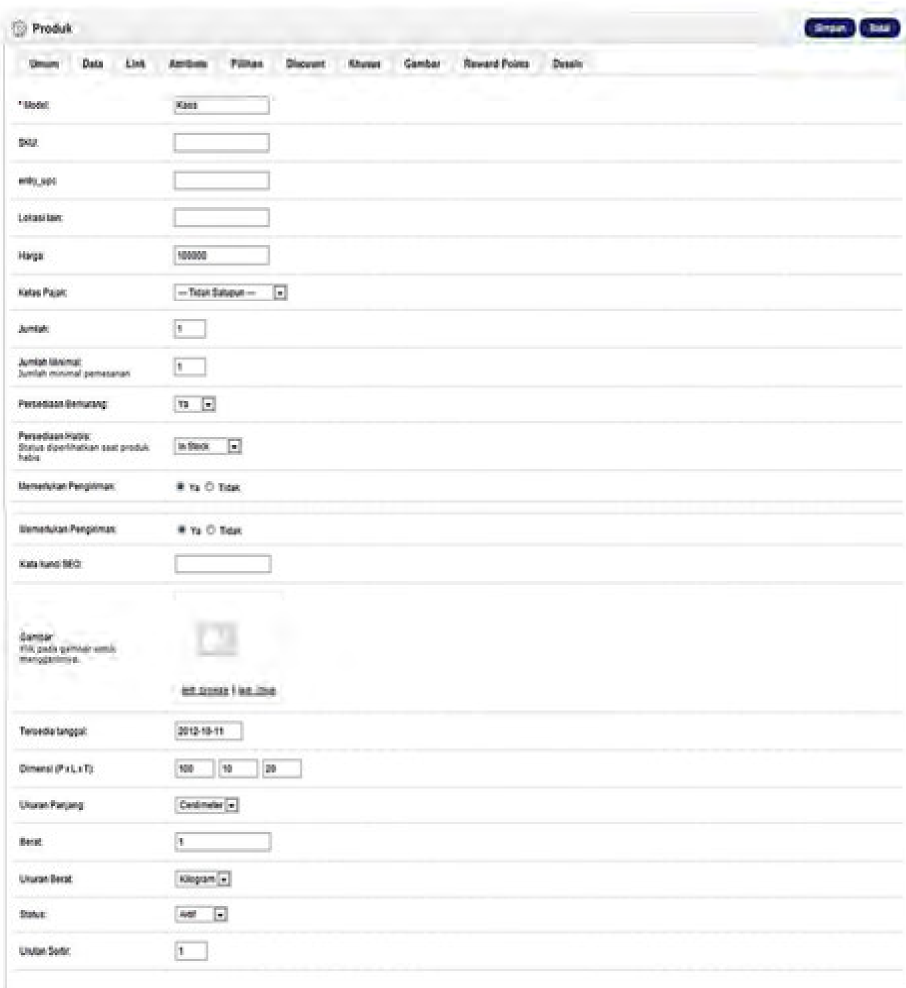


Gambar 8.50 Menu menambah pabrik

Katalog >> produk



Gambar 8.51 Halaman menambah produk



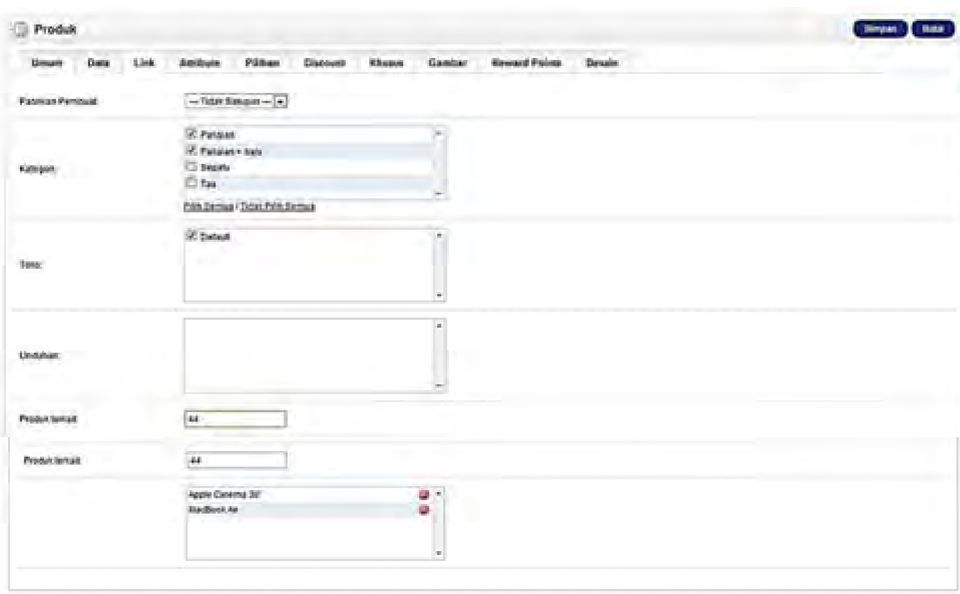
Gambar 8.52 Halaman data produk

Untuk memasukan gambar klik >>text browse



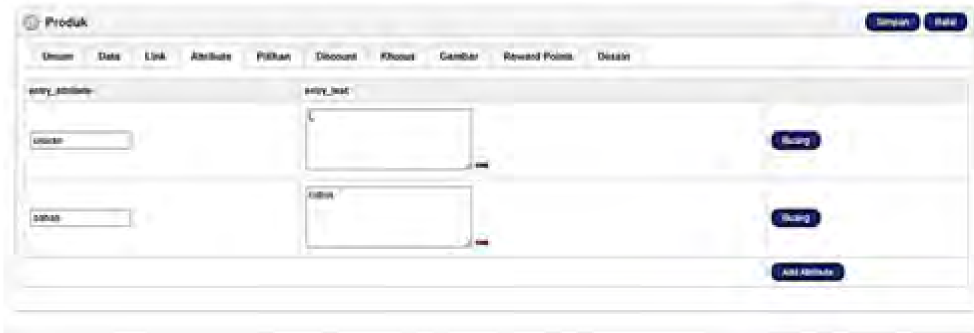
Gambar 8.53   Mengunggah gambar produk

Klik >> unggah >> pilih gambar >> setelah ter- upload pilih gambar di daftar >> double klik di gambar terpilih



Gambar 8.54   Halaman memasukkan produk berdasarkan kategori

masukan kategori dan produk terkait



Gambar 8.55   Halaman attribut produk

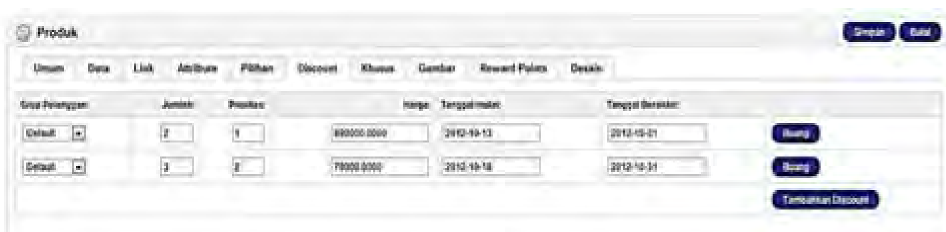
Masukan atribut, jika atribut belum ada entri atribut di katalog >> atribut



Gambar 8.56   Halaman tab pilihan produk

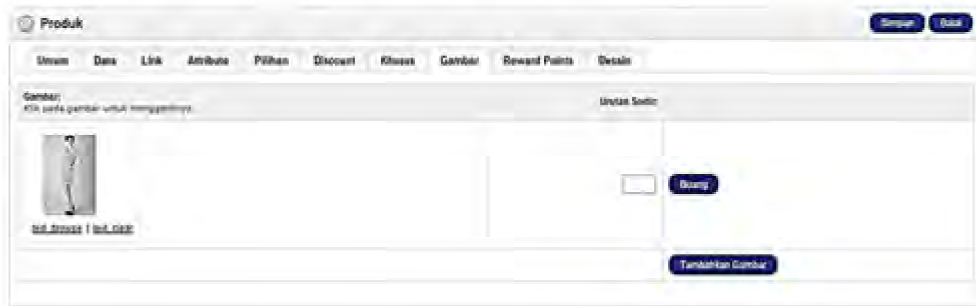
Masukan pilihan,

Ketik ukuran/ warna/ pesan kemudian klik button plus jika ingin menambahkan pilihan, masuk di katalog >> pilihan



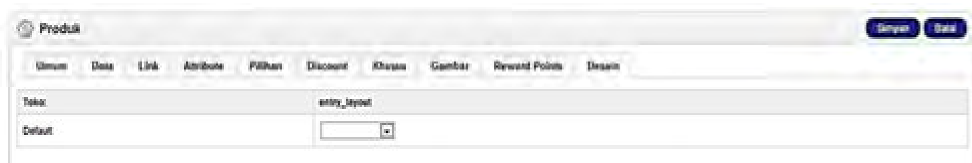
Gambar 8.57   Halaman tab diskon produk

Klik tambahkan diskon



Gambar 8.58 Halaman tab gambar produk

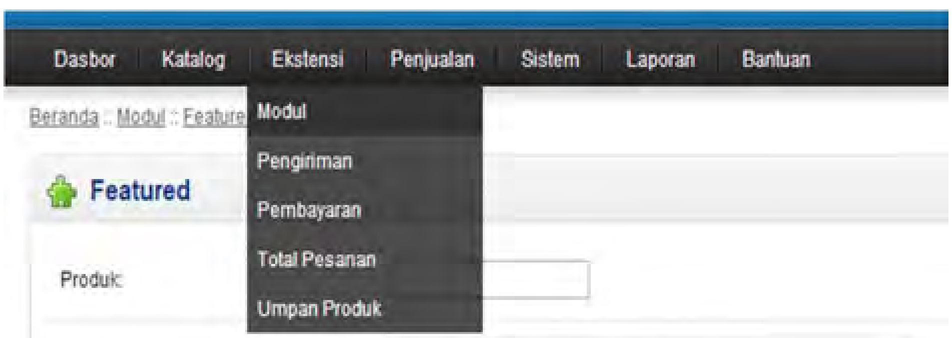
Klik tambahkan gambar >> text browse >> pilih gambar



Gambar 8.59 Halaman tambah gambar produk

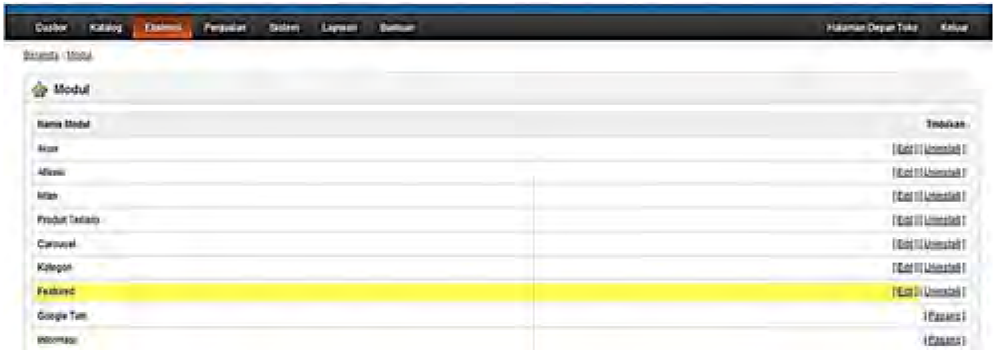
Kilk simpan

7. Mengubah Produk ungulan



Gambar 8.60 Menu mengubah produk unggulan

Klik ekstensi >> modul



Gambar 8.61 Menu menambah modul Featured

Klik edit pada featured



Gambar 8.62 Halaman edit featured

Tuliskan judul produk kemudian di pilih

8. Menambahkan Slider Home



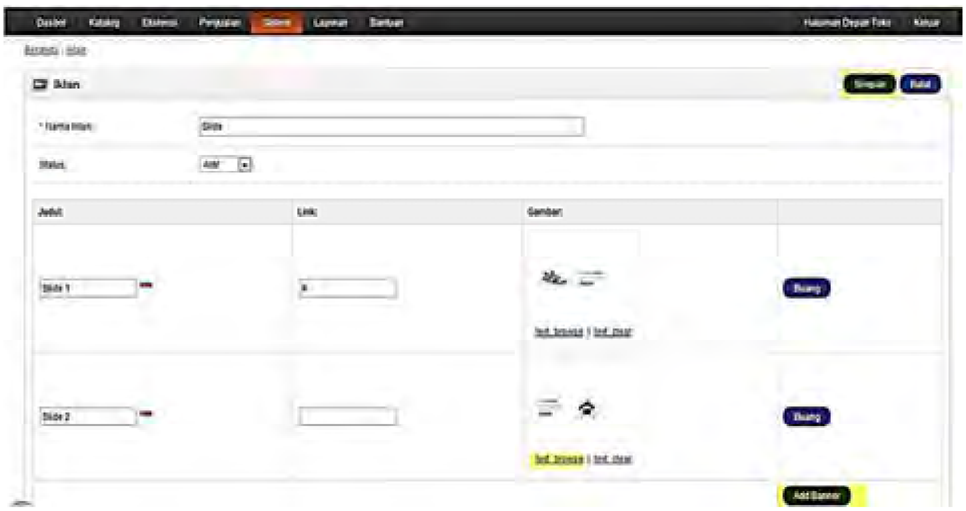
Gambar 8.63 Menu Slider Home

System >> Desain >> Iklan



Gambar 8.64 Halaman desain iklan

Klik edit



Gambar 8.65 Halaman edit desain iklan

Klik add banner >> masukan judul >> masukan link >> klik text browse untuk upload

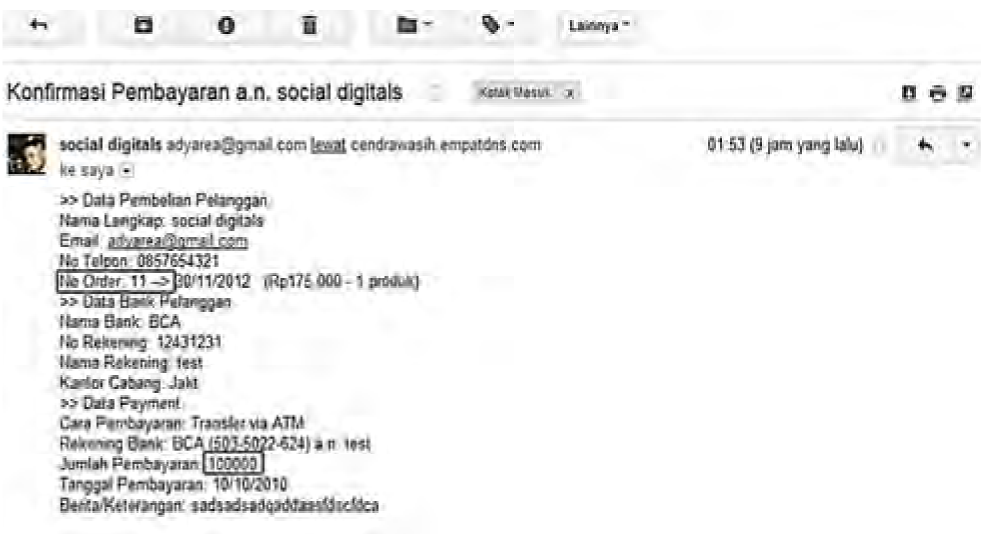


Gambar 8.66 Halaman menambah banner iklan

Klik unggah >> plih gambar >> setelah ter upload >> double klik gambar yg di upload

9. Konfirmasi Pembayaran

1. Cek konfirmasi pembayaran pembeli di email.



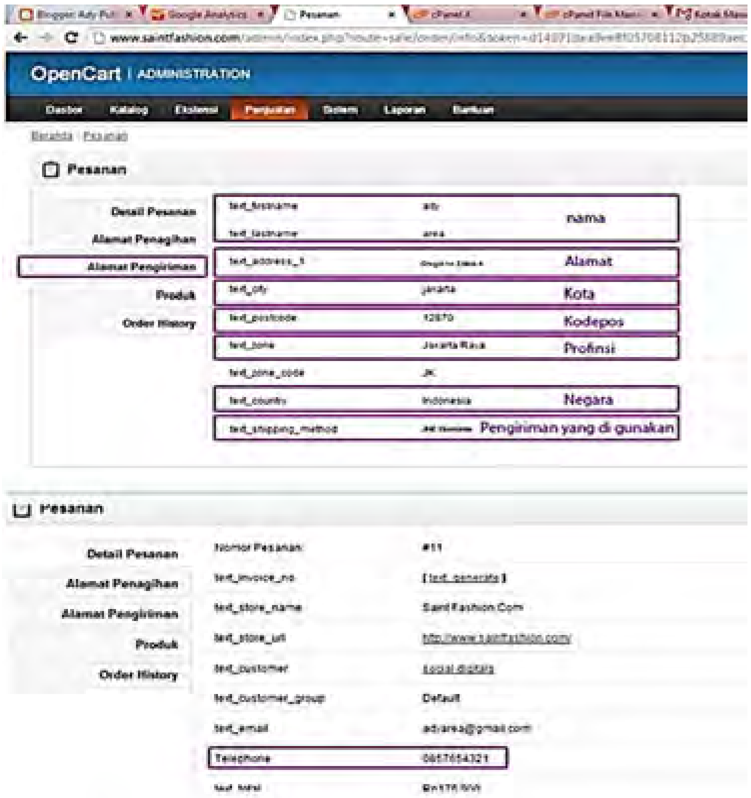
Gambar 8.67 Halaman konfirmasi pembayaran

2. Masuk ke saintfashion.com/admin



Gambar 8.68 Halaman pesanan pada admin

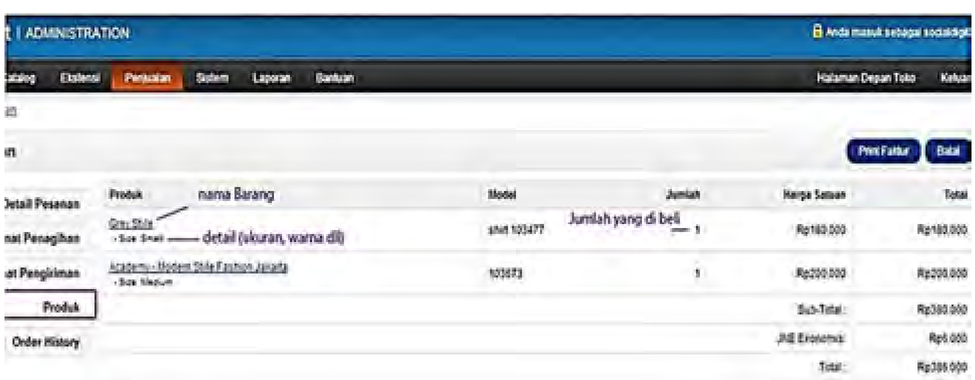
3. Perhatikan No order dan jumlah yang di transfer.



Gambar 8.69 Halaman detail pesanan pada admin

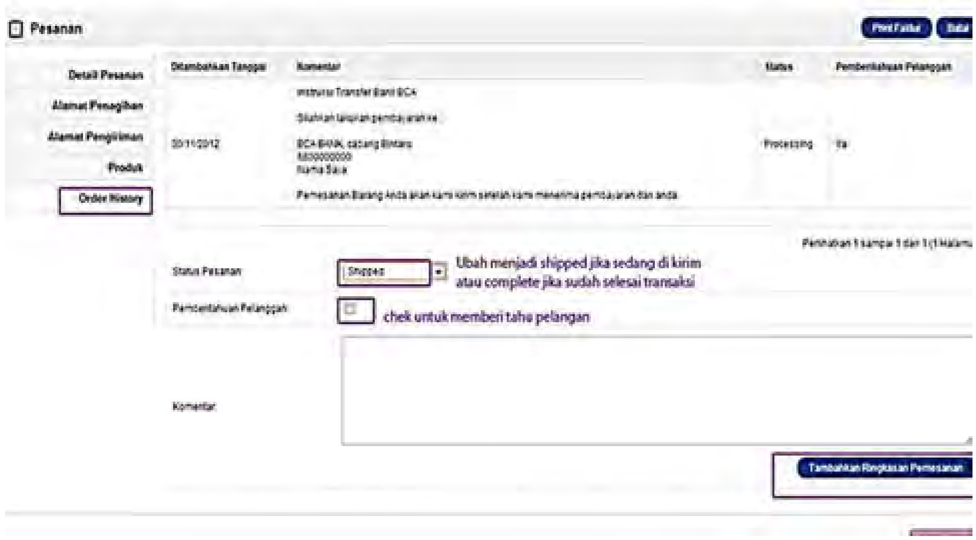
4. Catat detail pembali di tab Alamat Pengiriman untuk pengiriman barang

5. Daftar dan Detail Barang yang akan di kirim (di contoh ada dua barang yang di beli)



Gambar 8.70 Halaman detail penjualan barang pada admin

6. Beri Keterangan untuk barang yang sudah di kirim atau sudah selesai



Gambar 8.71 Halaman pesanan yang sudah dikirim

Tugas 8.4 :

1) Sebutkan nama situs dan tool yang harus ada dalam e-commerce, yang dapat membuat para pembeli atau pelanggan merasa aman dalam melakukan pembayaran
2) Sebutkan satu atau dua aplikasi atau platform situs e-commerce menurut anda aman dalam melakukan proses penjualan, dan berikan penjelasan untuk pilihan anda..

Lembar Kerja 8.8

Nama Situs	Nama Tool

Lembar Kerja 8.9

Nama Situs	Nama Fitur

C. Rangkuman

1. E-Commerce bukanlah sekedar mekanisme penjualan barang atau jasa melalui medium internet, tetapi lebih pada sebuah transformasi bisnis yang merubah caracara perusahaan dalam melakukan aktivitas usahanya sehari-hari. Perubahan mendasar dan redefinisi ulang terhadap bisnis inti perusahaan sering kali harus dilakukan sehubungan dengan fenomena ini, karena berbagai paradigma baru telah mengubur prinsip-prinsip manajemen konvensional yang jika masih terus dilaksanakan akan justru menjadi hal yang merugikan perusahaan (disadvantage)
2. Berdasarkan kebutuhan pelanggan, strategi pemasaran dilakukan melalui empat jenis yaitu:dengan menambah jumlah pemakai, memperbesar tingkat pembelian, mempertahankan pelanggan yang ada, menjaring pelanggan baru.
3. Strategi pemasaran berdasarkan media dilakukan melalui; Keaslian lalu-lintas informasi, Optimalisasi Google Maps. Kampanye Pay Per Click (PPC), Promosi di Media Sosial, Penggunaan Blog, Penggunaan Video Marketing, Surat Kabar Digital
4. Afiliasi pemasaran dalam e-commerce merupakan salah satu cara untuk melakukannya. Anda dapat tetap setia dengan satu pedagang atau berafiliasi dengan sebanyak pedagang yang Anda butuhkan untuk bisnis Anda
5. Dalam membangun atau mengelola situs e-commerce, perlu memperhatikan arsitektur dan konfigurasi system, serta penggunaan aplikasi situs e-commerce yang sesuai dengan produk yang ditawarkan, dan mampu menjaga keamanan data serta komunikasi pelanggan.
6. Konfigurasi system aplikasi e-commerce perlu memperhatikan kehandalan system yang biasa disebut dengan Stateless Web Server dan Statefull Web Server.
7. Konfigurasi Sistem dan Tool yang digunakan, adalah Enkripsi Public-Key / Private-Key, Sertifikat, Secure Protocol, Enkripsi dan Tool Sekuriti, Penggunaan Firewall, dan keamanan Pemrosesan Kartu Kredit. Sehingga para pelanggan produk-produk yang anda tawarkan merasa memiliki pilihan produk dan keamanan data mereka dapat dipertanggung jawabkan

D. Tes Formatif

Petunjuk : Kerjakan soal-soal berikut di lembar terpisah !

1. Pengertian yang paling tepat tentang e-commerce adalah….
2. Perusahaan yang menawarkan jasa afiliasi pemasaran E-Commerce adalah...
3. Situs yang menawarkan pembuatan e-commerce gratis menggunakan fasilitas plug-in, adalah …
4. Istilah penampilan informasi dan produk yang enak dipandang dan mudah diingat, adalah …
5. Yang termasuk dalam strategi pemasaran berdasarkan kebutuhan, adalah …
6. Yang termasuk istilah pembayaran yang digunakan dalam pembayaran penjualan online, adalah …
7. Istilah yang digunakan untuk mebuka data atau membaca informasi terkunci, adalah …
8. Yang termasuk pengaman arus data server dari jaringan local maupun internet adalah, …
9. Bagaimana alur transaksi ecommerce !

E. Kunci Jawaban

1. segala aktifitas perdaganan yang menggunakan sarana jejaring **computer** maupun perangkat lain yang terhubung ke internet.
2. amazon.com
3. wordpress.com
4. eye-catchy
5. memperbesar tingkat pembelian
6. PPC
7. decrypt
8. Firewall
9. **Alur transaksi eCommerce**



Kegiatan Belajar 9

PEMASARAN PADA SITUS MOBILE

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari kegiatan pembelajaran 9 peserta didik diharapkan dapat :

1. Memahami pengertian dasar pemasaran melalui perangkat mobile
2. Mengindentifikasi spesifikasi perangkat mobile
3. Membuat website menggunakan template pada perangkat mobile,
4. Memahami strategi pemasaran pada perangkat mobile.

B. Uraian Materi

1. Pengertian Dasar Pemasaran Melalui Perangkat Mobile.

Perkembangan teknologi dalam dunia marketing selalu berkembang dan muncul cara-cara baru untuk memudahkan dalam memasarkan produk. Ponsel adalah cara baru yang saat ini menjadi trend tersendiri dan menjadi senjata untuk menjual produk Anda. Ponsel sudah menjadi kebutuhan , bukan barang yang langka lagi seperti tempo dulu. Indonesia sendiri menjadi salah satu pengguna ponsel di dunia dan hal ini menjadi solusi cepat promosi selain cara-cara marketing yang sudah lazim atau biasa.

Data dari Redwing menunjukkan bahwa sebanyak 20% orang Indonesia menggunakan ponsel pintar, 74% menggunakan ponsel fitur dan 6% menggunakan *basic phones*. Diperkirakan pengguna ponsel pintar akan terus bertumbuh dan mencapai 52% pada tahun 2017. Adapun survei Nielsen tahun 2011 menunjukkan sebanyak 48% pengguna internet di Indonesia mengakses internet dari perangkat *mobile*.

Data tersebut menunjukkan besarnya peluang untuk memasarkan produk atau jasa secara langsung melalui akses *mobile*.

(sumber : http://www.marketing.co.id/pentingnya-pemasaran-langsung-melalui-perangkat-mobile/)

Mobile Marketing adalah seperangkat praktek pemasaran yang memungkinkan organisasi atau pebisnis untuk berkomunikasi dan terlibat dengan audiens atau konsumen mereka secara interaktif dan relevan melalui perangkat mobile atau jaringan nirkabel

Sejarah Mobile Marketing

Munculnya pemasaran mobile/mobile marketing dimulai pada awal tahun 2000 an saat *Short Message Service* (SMS) menjadi semakin populer. Di Eropa dan di Asia, bisnis pengumpulan nomor untuk mengirimkan promosi dari produk dan layanan mereka. Akhirnya SMS menjadi alat promosi yang sah di bagian lain dunia. Karena itu didirikan pedoman untuk melindungi baik pemasar dan konsumen. Sebagai teknologi yang dikembangkan, saluran baru untuk pemasaran mobile mulai muncul, diantaranya :

Multimedia Message Service

Dengan MMS, pengiklan dapat mengirim pesan tek**s,** video, dan slideshow gambar dari produk. Hampir semua ponsel dengan layar warna dapat mengirim dan menerima MMS

Game Mobile Marketing

Kecenderungan dari game mobile sudah mulai lebih canggih. Permainan ini sangat kasual dalam mempromosikan produk yang sedang dipromosikan dalam beberapa permainan. Promosi semacam ini juga dikenal sebagai Ad-funded mobile game atau mobile advergaming

Mobile Web Marketing

Disini, produk yang sedang dipromosikan pada halaman web yang diakses melalui perangkat mobile. Mayoritas penyedia konten mobile seperti google dan yahoo telah menjual tempat iklan online. Ada juga jaringan iklan lainnya yang berfokus pada sifat mobile.

Pemasaran via Bluetooth dan Infrared

Bluetooth populer hanya pada tahun 2003, Infrared disisi lain adalah berntuk tertua dari pemasaran mobile.Tidak seperti bluetooth, infrared terbatas. Keuntungan lain dari bluetooth adalah ia memiliki kecepatan transfer yang lebih tinggi dan juga gratis, serta sudah berdasarkan izin.

(Sumber : http://budiridwin.web.id/home/mobile-marketing.html)

Mobile Marketing melalui kode Quick Response

Kode QR seperti barcode tapi bukan hanya sekelompok garis paralel namun memilki 2-dimensi seperti pada gambar di sebelah kanan. Ketika kode QR dipindai oleh kamera ponsel, pengguna ponsel tersebut kemudian diarahkan ke URL target. Pada dasarnya, kode QR menghilangkan kebutuhan untuk memasukkan alamat situs yang panjang yang cukup merepotkan jika browsing internet mobile.

Gambar 9.1 Kode Quick Response

(sumber : http://kaskus.co.id)

Anda dapat menggunakan kode QR untuk mengarahkan pengguna ponsel ke hampir semua tujuan online seperti: ke situs web, situs jaringan sosial seperti Facebook atau Twitter, ke lokasi Peta Google, sebuah download App Store, video, rtikel, alamat email atau pesan, pesan teks, rincian kontak Anda, buy now link atau kupon.

Jika Anda memutuskan untuk menggunakan kode QR dalam pemasaran mobile Anda, gunakanlah kode QR yang dikelola yang memungkinkan Anda untuk melacak dan menganalisis seberapa sering kode dipindai. Juga, pelacakan kode QR yang mengarahkan pengguna ke tujuan yang berbeda memungkinkan Anda melakukan beberapa uji coba terpisah untuk mengetahui apa penawaran yang terbaik disukai oleh target pasar Anda.

Tugas 9.1

Carilah contoh tentang mobile marketing, tunjukkanlah pada kegiatan belajar, sampaikan pendapat anda tentang contoh tersebut!

2. Karakteristik Perangkat Mobile VS Sistem Desktop

Perangkat mobile memiliki banyak jenis dalam hal ukuran, desain dan layout, tetapi mereka memiliki kesamaan karakteristik yang sangat berbeda dari sistem desktop.

1. Ukuran yang kecil

Perangkat mobile memiliki ukuran yang kecil. Konsumen menginginkan perangkat yang terkecil untuk kenyamanan dan mobilitas mereka.

2. Memory yang terbatas

Perangkat mobile juga memiliki memory yang kecil, yaitu primary (RAM) dan secondary(disk). Pembatasan ini adalah salah satu faktor yang mempengaruhi ram untuk berbagai jenis dari perangkat ini. Dengan pembatasan jumlah dari memory, pertimbangan-pertimbangan khusus harus diambil untuk memelihara pemakaian dari sumber daya yang mahal ini.

3. Daya proses yang terbatas tidaklah setangguh rekan mereka yaitu desktop. Ukuran, teknologi dan biaya adalah beberapa faktor yang mempengaruhi status dari sumber daya ini. Seperti harddisk dan RAM, Anda dapat menemukan mereka dalam ukuran yang pas dengan sebuah kemasan kecil.

4. Mengkonsumsi daya yang rendah

Perangkat mobile menghabiskan sedikit daya dibandingkan dengan mesin desktop.Perangkat ini harus menghemat daya karena mereka berjalan pada keadaan dimanadaya yang disediakan dibatasi oleh baterai-baterai.

5. Kuat dan dapat diandalkan

Karena perangkat mobile selalu dibawa kemana saja, mereka harus cukup kuat untuk benturan-benturan, gerakan, dan sesekali tetesan-tetesan air

1. Konektivitas yang terbatas

Perangkat mobile memiliki bandwith rendah, beberapa dari mereka bahkan tidak tersambung. Kebanyakan dari mereka menggunakan koneksi wireless.

2. Masa hidup yang pendek

Perangkat-perangkat konsumen ini menyala dalam hitungan detik kebanyakan dari mereka selalu menyala. Coba ambil kasus sebuah handphone, mereka booting dalam hitungan detik dan kebanyakan orang tidak mematikan handphone mereka bahkan ketika malam hari. PDA akan menyala jika anda menekan tombol power mereka.



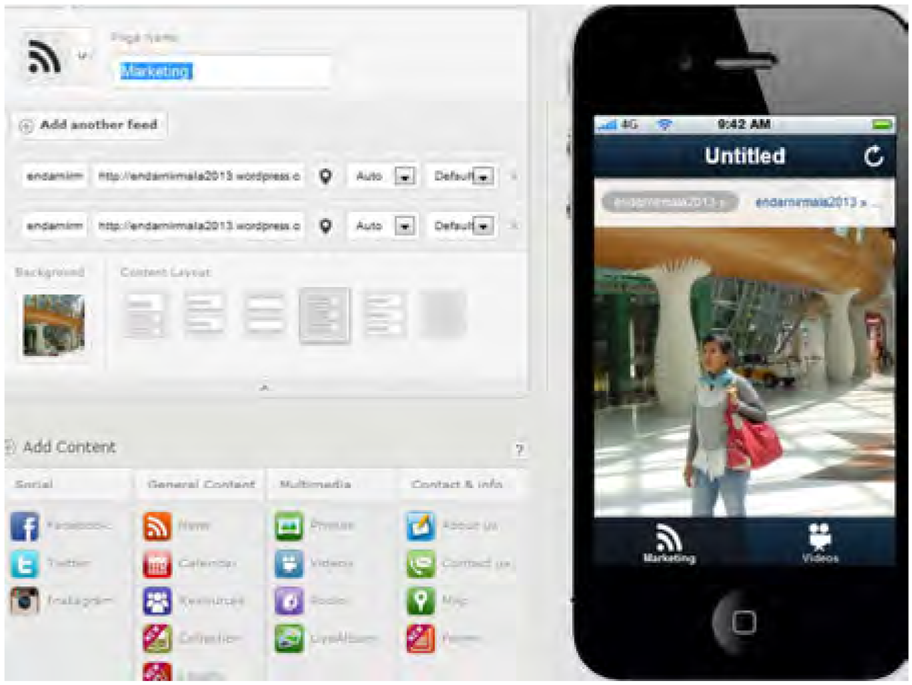
Gambar 9.2 Jenis-jenis Perangkat Mobile

(Sumber : http://varia.web.id, http://www.amazone.com)

Tugas 9.2

Carilah spesifikasi perangkat mobile secara umum yang dapat menampilkan marketing online !

3. **Membuat Website menggunakan template pada perangkat mobile**



Gambar 9.3 Aplikasi mobile menggunakan http://mobilecp.conduit.com

Mobile web adalah aplikasi akses internet atau akses internet menggunakan peralatan yang bersifat mobile berbasisikan browser yang bertujuan untuk mengakses layanan data secara wireless dengan menggunakan perangkat mobile seperti handphone, PDA dan perangkat portable yang tersambung ke sebuah jaringan telekomunikasi selular.

Mobile web yang diakses melalui perangkat mobile perlu dirancang dengan mempertimbangkan keterbatasan perangkat mobile seperti sebuah handphone yang memiliki layar dengan ukuran yang terbatas ataupun beberapa keterbatasan pada sebuah perangkat mobile.

Perkembangan mobile web tidak lepas dari masalah Usability dan interoperability. Permasalahan interoperability dipengaruhi dari fragmentasi

platform perangkat mobile, sistem operasi mobile dan mobile browser. Permasalahan Usability berpusat di sekitar ukuran fisik hardware yang kecil dari faktor bentuk ponsel (layar resolusi terbatas dan input pengguna/keterbatasan operasional). Ini adalah dua tantangan terberat ketika melakukan desain web untuk mobile web.

Yang perlu diingat bahwa mobile website haruslah dirancang user *friendly* dan memberikan "kepuasan instan" diantaranya:

Cepat diakses – pengguna mobile ada dimana saja dan mereka tidak punya banyak waktu untuk memasuki sejumlah besar informasi. Buatlan website mobile anda "fast loading" dan mudah untuk dibaca.

Sederhanakan Navigasi – website mobile anda tidak boleh membuat pengunjung bingung. Jika anda memiliki website yang kompleks, kotak pencarian akan memudahkan pengunjung anda mencari informasi yang mereka butuhkan.

Buat website mobile anda "thumb friendly"– pengguna mobile bernavigasi dengan menggunakan jari mereka maka anda harus mempertimbangkan ukuran jari yang berbeda. Anda bisa merancang website mobile anda sedemikan rupa sehingga orang orang yang memililki jari yang lebih besar dapat bernavigasi dengan mudah. Gunakan tombol yang lebih besar dan beri mereka ruang untuk menghindari salah klik.

Buat website mobile anda mudah dibaca– harus ada kontras antara latar belakang dan teks. Konten harus tepat dengan layar dan dapat dibaca tanpa harus "zooming atau "pinching".

Website mobile anda harus kompatible– situs web mobile yang ideal bekerja di semua platform mobile dan orientasi handset.

Buat "local friendly" – pengguna mobile sering kali mencari informasi local lewat ponsel mereka. Maka , upayakan website mobile anda mudah ditemukan oleh mereka.

Buat website Anda mudah untuk mengkonversi- buatlah calon pelanggan untuk dengan mudah membeli produk atau menghubungi Anda. Fokuskan pada detail produk dan info lainnya yang akan membantu konversi, meminimalkan

langkah yang diperlukan untuk menyelesaikan penjualan,, membuat entri data lebih mudah dengan menggunakan menu scroll, gunakan daftar atau centang kotak, gunakan “click to call” untuk panggilan cepat ke nomor telepon anda.
(sumber : hawkeyes-imc.com/wp-content/uploads/2012/09/Mobile-Marketing-Report-Indonesia.pdf)



Gambar 9.4 Website mobile marketing

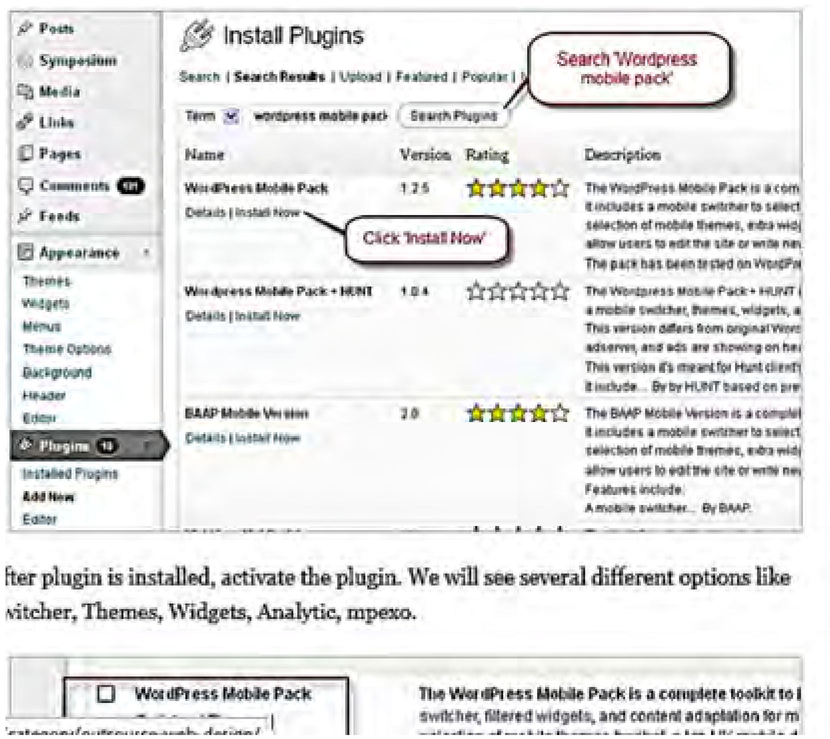
Sumber http://totalbizmarketing.com/mobile-marketing/is-your-site-mobile/mobile-website-templates.html

Wordpress merupakan salah satu aplikasi yang dapat digunakan untuk membuat website atau blog. Ada beberapa cara yang dapat Anda lakukan untuk menyajikan blog Wordpress Anda ke dalam versi mobile, seperti mobile press, Carrington mobile, WP Touch dan lainnya. Selain itu juga bisa menggunakan plugin dengan membuat tampilan Wordpress lebih responsif, dengan demikian blog Anda secara otomatis akan dapat menyesuaikan dengan ukuran layar perangkat yang digunakan.

Salah satu plugin yang cukup sering digunakan dalam membuat blog versi mobile adalah Wordpress Mobile Pack. Dengan menggunakan plugin ini cara membuat Wordpress versi mobile menjadi lebih mudah hanya dengan meng-install, mengaktifkan dan kemudian mengatur beberapa konfigurasinya.

Berikut adalah langkah-langkah cara membuat Wordpress versi mobile menggunakan Wordpress Mobile Pack:

a. Dari halaman Administrasi Wordpress pilih plugins>> Add New, pada kotak pencarian ketikkan "Wordpress mobile Pack >> klik Search plugins.



Gambar 9.5 Install PlugIns

http://blog.outsourcing-partners.com/2012/10/how-to-use-mobile-web-development-using-wordpress/

b. Dari sederetan plugin yang muncul klik Install Now pada Wordpress Mobile Pack, setelah instalasi selesai jangan lupa diaktifkan. Enaknya lagi, dalam cara membuat Wordpress versi mobile ini, plugin-nya merupakan plugin gratis.

c. Selanjutnya adalah konfigurasi Wordpress Mobile Anda. Akan ada 4 pilihan menu pada halaman Administrasi Wordpress yaitu Mobile Theme,Mobile Widgets,Mobile Switcher dan Analytics.



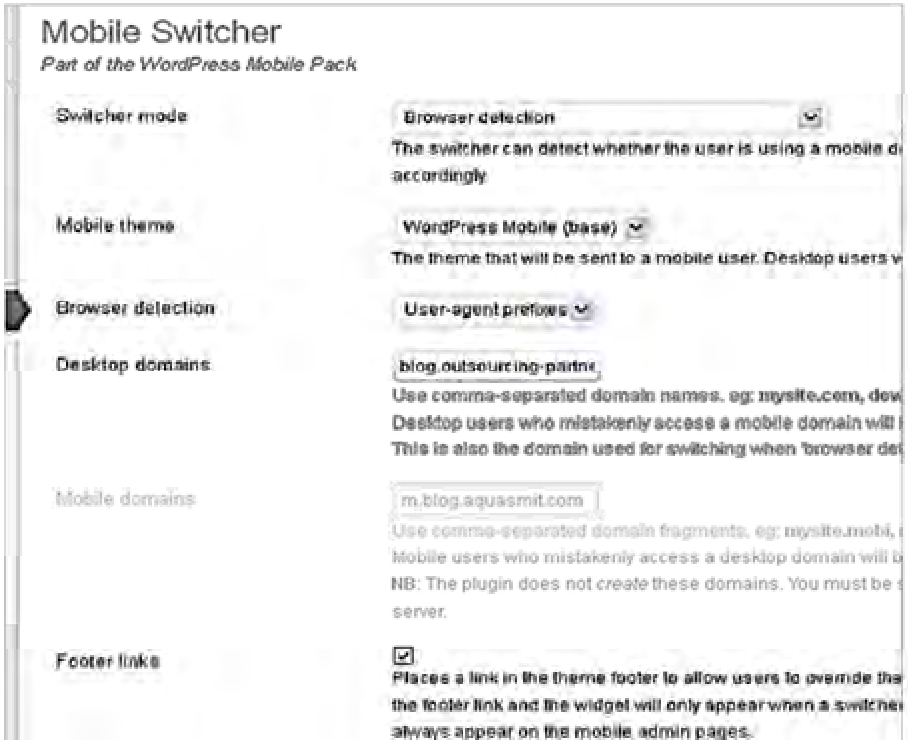
Gambar 9.6 Menu Pilihan Wordpress Mobile Pack

http://blog.outsourcing-partners.com/2012/10/how-to-use-mobile-web-development-using-wordpress/

Mobile Theme berfungsi untuk mengatur tampilan Wordpress Anda. Silahkan berekreasi sendiri sesuai dengan keinginan Anda. Namun disarankan untuk cara membuat Wordpress dengan mobile pack untuk memberikan centang di semua menu kecuali "clear cache now. Hal ini untuk meningkatkan kecepatan akses di blog Anda.

Mobile Widget berisi pilihan widget apa saja yang ingin ditampilkan di blog mobile Anda. tinggal berikan ceklist saja pada widget mana yang Anda suka atau yang sebelumnya telah Anda setting di blog versi desktop.

Mobile Switcher adalah bagian konfigurasi dari cara membuat Wordpress menggunakan mobile pack ini. Pada menu ini, apabila Anda salah mengatur setting akan mengakibatkan blog Anda menjadi blank. Oleh karena itu, agar tidak terjadi kesalahan konfigurasi ikuti setting yang ada pada screenshoot berikut ini.



Gambar 9.7 Konfigurasi Mobile Switcher
http://blog.outsourcing-partners.com/2012/10/how-to-use-mobile-web-development-using-wordpress/



Gambar 9.7 Konfigurasi Mobile Switcher
http://blog.outsourcing-partners.com/2012/10/how-to-use-mobile-web-development-using-wordpress/

Tugas 9.3

Buatlah website mobile dengan menggunakan plugins Wordpress.

1. Rancanglah website mobile yang ingin anda buat, perhatikan etika pembuatan website dalam mobile (design interface dan sitemap)
2. Tuliskan langkah-langkah cara install wordpress dan plugins WP Mobile Pack
3. Presentasikan website anda pada kegiatan pembelajaran.

Lembar Kerja 9.1

1. Rancangan Website Mobile

Tema Web :

Design / Interface Website mobile :

Lembar Kerja 9.2

Sitemap/ Peta Website mobile :

Lembar Kerja 9.3

2. Langkah-langkah cara install wordpress dan plugins WP mobile pack

4. Strategi Pemasaran Pada Perangkat Mobile

Pangsa pasar dan transaksi di dunia maya kian hari kian meningkat. Hal ini tak lepas dari gaya hidup dan dukungan perangkat yang memadai, seperti smartphone dan komputer tablet. Berikut beberapa strategi pemasaran melalui perangkat *mobile*:

SMS

Meskipun kini layanan *chat* menjamur, tapi SMS masih bertahan. Lembaga riset Informa menunjukkan perkiraan data jumlah pesan yang dikirim lewat aplikasi *chat* mencapai 50 miliar pesan per hari dan 21 miliar pesan per hari melalui SMS.

Contohnya yaitu Planet Hollywood Resort di Las Vegas. Mereka menjalankan kampanye SMS dalam rangka menaikkan jumlah anggota *A-List Players Club*. Kampanye tersebut berhasil meningkatkan jumlah anggota hingga 13%.

Sangat penting bagi pemasar untuk menyadari bahwa meskipun banyak platform *messaging* di luar sana, SMS bisa menjadi taktik pemasaran langsung yang sangat berguna di masa kini. Namun, sebaiknya penggunaan SMS untuk pesan promosi dan transaksi bernilai tinggi.

Aplikasi Mobile

Aplikasi *mobile* memberikan kemudahan dibanding *mobile browser*. Dengan aplikasi *mobile* akses ke situs menjadi lebih cepat dan lebih mudah dalam pengunduhan. Hasil survei Google menunjukkan bahwa 67% pengguna cenderung akan membeli produk atau layanan jika situs memberikan kemudahan.

Bagi para pemasar aplikasi *mobile* mewakili peluang tak hanya untuk meningkatkan *brand awareness* melalui iklan, tapi juga untuk mengumpulkan data bernilai tentang pelanggan untuk kepentingan komunikasi.

Mobile usage in store

Data *econsultancy.com* menunjukkan bahwa 60% pelanggan yang sedang berbelanja di gerai, di waktu yang sama mengakses internet melalui perangkat *mobile*-nya mencari informasi dan membandingkan harga dan barang dalam rangka mencari penawaran terbaik.

Untuk itulah, sangat penting bagi pemilik gerai untuk mengoptimalkan situsnya agar mudah diakses melalui perangkat *mobile*. Data *econsultancy.com* mengatakan bahwa sebanyak 40% pengguna perangkat *mobile* beralih ke kompetitor gerai karena memiliki pengalaman buruk dengan akses *mobile*.
(sumber : http://www.marketing.co.id/pentingnya-pemasaran-langsung-melalui-perangkat-mobile/).

C. Rangkuman

Mobile Marketing adalah seperangkat praktek pemasaran yang memungkinkan organisasi untuk berkomunikasi dan terlibat dengan audiens mereka secara interaktif dan relevan melalui perangkat mobile atau jaringan nirkabel.

Sejarah mobile marketing : sms, mms, game mobile marketing,web mobile marketing, pemasaran via bluetooth dan infrared, dan Mobile Marketing melalui kode Quick Response

Merancang mobile website haruslah user friendly dan memberikan "kepuasan instan" diantaranya: cepat akses, sederhanakan navigasi, buat thumb friendly,mudah dibaca, kompatible dengan semua platform, local friendly, mudah untuk mengkonversi

Strategi mobile marketing : SMS, Aplikasi mobile, dan Mobile usage in store.

D. Test Formatif

1. Apa yang dimaksud dengan mobile marketing
2. Merancang website mobile harus user friendly, diantaranya ……
3. Bagaimana strategi pemasaran dalam perangkat mobile

E. Kunci Jawaban

1. Seperangkat praktek pemasaran yang memungkinkan organisasi untuk berkomunikasi dan terlibat dengan audiens mereka secara interaktif dan relevan melalui perangkat mobile atau jaringan nirkabel
2. Cepat akses, sederhanakan navigasi, buat thumb friendly,mudah dibaca, kompatible dengan semua platform, local friendly, mudah untuk mengkonversi
3. SMS, Aplikasi mobile, dan Mobile usage in store.

Kegiatan Belajar 10

AFFILIASI PEMASARAN

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari kegiatan belajar 10, siswa diharapkan dapat:

1. memahami pengertian afiliasi pemasaran
2. Memahami sejarah afiliasi pemasaran
3. Cara melakukan afiliasi pemasaran

B. Uraian Materi

1. Pengertian Afiliasi Pemasaran

Apa itu Afiliasi? Dalam pengertian Bahasa Indonesia yang disempurnakan, afiliasi yang merupakan saduran dari kata "affiliation" (Bahasa Inggris), adalah bentuk kerjasama antara dua lembaga yang masing-masing berdiri sendiri. Secara singkat, afiliasi juga bisa diartikan "anggota" atau "cabang". Namun dalam terminologi bisnis online, **pengertian afiliasi** mengalami sedikit penambahan makna. **Afiliasi adalah** "cara menghasilkan uang dengan menjual produk dari perusahaan atau lembaga pemilik produk (affiliate merchant), dengan bergabung menjadi pemasar produk (affiliate marketers), dan (hanya) dibayar setelah produk terjual". Di luar negeri,



Gambar 10.1 Proses Afiliasi

Sumber http//deherba.com

pengertian afiliasi memiliki kedekatan dengan pekerjaan seperti calo, broker, atau perantara, karena menerapkan cara kerja yang sama.

Memang, secara bahasa, pengertian “calo” di Indonesia sangat identik dengan calo tanah, calo tiket, calo angkutan, sampai calo kasus yang belakangan populer di ranah hukum. Tetapi Anda tentu bisa menjadi perantara tanpa harus melanggar hukum, seperti banyak perusahaan broker yang berkembang di Amerika maupun Eropa.



Gambar 10.2 Revenue Share

Sistem kerja sebagai ilustrsi, Anda bisa melihat cara kerja afiliasi dalam penjualan rumah. Misalnya, jika Anda ingin menjual rumah, kemudian teman Anda membantu mencarikan pembeli. Ketika transaksi pembelian berhasil terjadi berkat bantuan teman Anda, sudah umum jika teman Anda diberi komisi atas bantuannya tersebut.

Dari ilustrasi tersebut, ada dua hal yang dapat kita jadikan pedoman. Pertama, bisnis afiliasi menjadi sangat mudah dilakukan. Setiap orang bisa melakukannya, tanpa harus menguasai ilmu arsitektur atau teknik bangunan. Kedua, pekerjaan ini sangat rendah resiko kerugian, karena Anda tidak memproduksi sebuah barang pun.

Nah, keahlian memasarkan, mempresentasikan produk, bahkan menggunakan internet dengan baik, ataupun menentukan calon pembeli yang benar, adalah keahlian yang perlu Anda miliki jika ingin menggeluti **bisnis afiliasi**. Jadi, bukan berarti **bisnis afiliasi** bisa dilakukan tanpa skill tertentu, dan keahlian-keahlian ini relatif lebih mudah dipelajari.

Situs amazon.com, misalnya menyediakan program ini untuk pengguna internet yang menggandrungi aktivitas pemasaran online. Ketika terjadi transaksi di amazon.com, para pemasar tersebut akan mendapatkan sejumlah komisi yang ditentukan oleh pihak perusahaan.

TUGAS 10.1

Carilah contoh website yang berafiliasi berikut jenis binisnya, catatlah alamat domain atau URL website serta bisnisnya. Lengkapi tabel dibawah ini.

Lembar Kerja 10.1

NO	NAMA	URL/ALAMAT DOMAIN	JENIS BISNIS
1	Amazon.com		
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			

2. Sejarah Afiliasi Pemasaran

Afiliasi pemasaran berasal dari praktek bagi hasil di mana pendapatan usaha dibagi antara afiliasi bisnis. Pada akhir 1994, konsep bagi hasil berevolusi menjadi Internet Marketing Afiliasi. CDNow adalah situs pertama yang memiliki fitur pemasaran afiliasi. Ini adalah situs musik yang berorientsi yang menyediakan pengguna Internet dengan fasilitas untuk melihat daftar video musik dan album dan juga membeli album online.

Segera, e-commerce website menjadi komponen vital dalam pemasaran Internet. Layanan web 2.0 seperti berbagi jaringan, blogging dan video sosial memberi dorongan lebih lanjut untuk industri pemasaran afiliasi. Perjudian dan eceran industri adalah beberapa pemain termuka dibidang ini. Sel ponsel bisnis, sektor keuangan dan industri pariwisata diharapkan untuk menuai manfaat maksimal dari afiliasi pemasaran di tahun mendatang

3. Cara melakukan Afiliasi Pemasaran

Cara melakukan afiliasi pemasaran itu beragam,tetapi yang lebih popular ialah semua *affiliate marketer* melakukan penjualan melalui “Link Khusus” (affiliate link) yang diberikan oleh affiliate merchant (pemilik barang/jasa) kepada affiliate marketer. Ketika ada pengguna internet yang mengklik link tersebut dan melakukan transaksi, maka dirinya berhak atas komisi.

Untuk cara pembayaran, biasanya kita diminta mengisi nama, alamat lengkap, nama penerima “cek” (untuk komisi), email, nomor telepon, dan sebagainya. Selanjutnya kita akan diminta untuk membaca “affiliate agreement (perjanjian affiliate).

Affiliate agreement adalah sebuah dokumen legal yang mengikat kita dengan affiliate merchant, isinya biasanya menyat*akan* kesepakatan kita terhadap syarat & ketentuan yang diterapkan oleh affiliate merchant, seperti tidak boleh mengirim email spam(email komersial yang idak diminta oleh pemilik email tersebut)

Beberapa cara umum untuk membuat uang melalui bentuk pemasaran diantaranya

- ❒ Pay-Per-Klik: Ini mengacu pada model iklan Internet di mana pengiklan membayar jika pengguna mengklik iklan. Dalam teknik iklan, iklan yang relevan dengan isi halaman web ditampilkan bersama dengan konten. Ini meningkatkan kemungkinan pengguna web mengklik pada iklan. Tergantung pada jumlah klik iklan menerima, mengisi website pengiklan.
- ❒ Perbandingan Belanja: Ada beberapa situs belanja online dan portal belanja di Internet. Banyak dari mereka menampilkan daftar perbandingan harga dari produk yang mereka tawarkan untuk dijual. Portal belanja banyak mendukung layanan perbandingan harga, dimana pengguna dapat membandingkan efektivitas biaya produk yang kompetitif dan pelayanan sebelum pembelian aktual.
- ❒ Pay-Per-Lead: Dalam jenis ini, setiap kali klien register di situs web merchant sebagai akibat dari iklan di situs afiliasi, yang ditentukan jumlah uang yang diberikan kepada afiliasi.
- ❒ Pay-Per-Sale: Dalam metode ini, untuk setiap penjualan yang dihasilkan dari iklan yang ditampilkan di situs afiliasi ini, bagian laba yang diberikan kepada afiliasi.
- ❒ Bisnis Promosi melalui Website: Banyak situs menawarkan hadiah berbasis penawaran pembelian. Mereka menawarkan diskon dan rabat kepada pelanggan yang memilih untuk membeli secara online. Beberapa dari mereka menawarkan layanan pengiriman gratis untuk pelanggan. Lainnya menampilkan review produk dan artikel tentang produk dan jasa, sehingga mendorong pembaca untuk membelinya. Beberapa bisnis lebih suka menggunakan situs pribadi untuk berkomunikasi dengan pelanggan potensial mereka. Situs pribadi, telah pada kenyataannya, menjadi faktor utama munculnya pemasaran afiliasi.
- ❒ Email, Blog, Forum: Usaha kecil sering menggunakan teknik pemasaran email untuk mencapai promosi bisnis. Mereka menggunakan email untuk mengembangkan hubungan dengan pelanggan dan mendapatkan umpan balik pelanggan. Email sering digunakan untuk membawa iklan dan pesan promosi. Bisnis dapat menjelaskan peran bisnis mereka dan berbicara

tentang produk dan layanan melalui blog. Forum berfungsi sebagai platform online untuk interaksi dengan pelanggan.

Keuntungan Afiliasi

1. Tanpa modal investasi

Untuk memulai affiliate marketing, tidak butuh modal karena untuk ikut program affiliate dari suatu merchant, sebagian besar tidak mewajibkan untuk membeli produk terlebih dahulu. Kalau pun ada biaya yang di keluarkan, biasanya hanyalah untuk membeli domain dan hosting serta biaya koneksi internet. Walaupun tetap bisa menggunakan domain dan hosting gratisan, domain dan hosting berbayar lebih memberikan kebebasan untuk program afiliasi dibanding yang gratisan. Lagi pula, saat ini banyak hosting dan domain berharga murah saat ini.

2. Tanpa Resiko Kerugian

Manfaat lain dari affiliate marketer adalah minimnya risiko. Jika produk yang di iklankan tidak menghasilkan uang, maka dapat meninggalkan produk tersebut dan memilih yang lainnya. Tidak ada kontrak jangka panjang yang mengikat untuk produk yang tidak menghasilkan uang yang banyak. Dan bila tidak perlu mengeluarkan modal, tentunya tidak ada resiko kerugian yang perlu di tanggung, karena tidak perlu mengeluarkan biaya untuk penelitian pasar, pembuatan produk, penyusunan sales letter, pembangunan situs penjualan, dan sebagainya, maka resiko kerugian bisa dibilang tidak ada dibandingkan model bisnis online lainnya.

3. Sangat Mudah Dijalankan

Affliate Marketing adalah cara mudah untuk membuat keuntungan karena sangat mudah dijalankan. Pemasaran Afiliasi dapat menghasilkan keuntungan hanya dengan sebuah iklan atau link ke website merchant, dimana calon konsumen akan diharapkan untuk klik dan dilanjutkan untuk melakukan pembelian. Dengan konsumen mengklik iklan pada situs afiliasi, yang diarahkan ke website merchant dan membeli produk itu, maka affiliter mendapatkan komisi. Arahan yang semakin banyak maka lebih banyak keuntungan bagi affiliater.

4. Peluang Penghasilan Yang Sangat Besar

Peluang penghasilan yang sangat besar ini dikarenakan beragamnya produk yang bisa dipasarkan, dan nilai komisi pemasarannya yang mencapai 60% dari keuntungan merchant. Potensi keuntungan yang sangat besar membuat affiliate marketing benar-benar merupakan kesempatan emas bagi orang biasa.

5. Tidak butuh pengalaman menjual (marketing)

Affliate Marketing tidak memerlukan pengalaman penjualan. Kebanyakan program afiliasi menyediakan materi pemasaran yang sangat baik. Dalam affiliate marketing, tanggung jawab kita adalah untuk mencari prospek untuk merchant, kita tidak perlu khawatir mengenai stok, proses pesanan, dan pengiriman produk. Ini semua merupakan tugas dari merchant.

6. Banyak pilihan dan celah peluang

Begitu kita mengetahui strategi mencari pasar yang potensial, affiliate marketing merupakan jalan yang sangat efektif untuk memperoleh keuntungan di segala niche market.

7. Tidak berurusan dengan pengepakan dan pengiriman barang

Anda tidak perlu pusing memikirkan dan mengurus soal pengepakan dan pengiriman barang, karena semuanya merupakan tugas merchant.

8. Tidak perlu berhubungan langsung dengan pembeli

Yang perlu anda lakukan hanyalah mengarahkan prospek ke situs merchant, dengan berinteraksi melalui blog atau website anda. Selanjutnya pembeli dan merchant yang akan melakukan komunikasi.

9. Tidak menyita waktu

Banyak strategi yang memungkinkan anda untuk memperoleh komisi penjualan secara otomatis ataupun semi-otomatis tanpa harus membutuhkan banyak waktu, karena internet menjangkau secara global kitadan dapat dengan mudah menemukan ribuan prospek dalam 24 jam.

(sumber : http://www.bloggerpemula.info/9-keuntungan-affiliate-marketing-untuk-monetasi-menguangkan-blog/)

Kerugian Afiliasi

Salah satu kelemahan utama pada afiliasi adalah praktik Internet ilegal dan tidak etis iklan. Mereka dapat menyesatkan pembaca melalui iklan palsu. Penggunaan ilegal dari nama merek dan logo perusahaan adalah umum dalam pemasaran afiliasi.

Spamming merupakan kelemahan utama. Beberapa afiliasi cenderung menggunakan email spam untuk mempromosikan bisnis mereka. Lainnya membuat halaman web, yang bertujuan untuk memanipulasi strategi pengindeksan search engine.

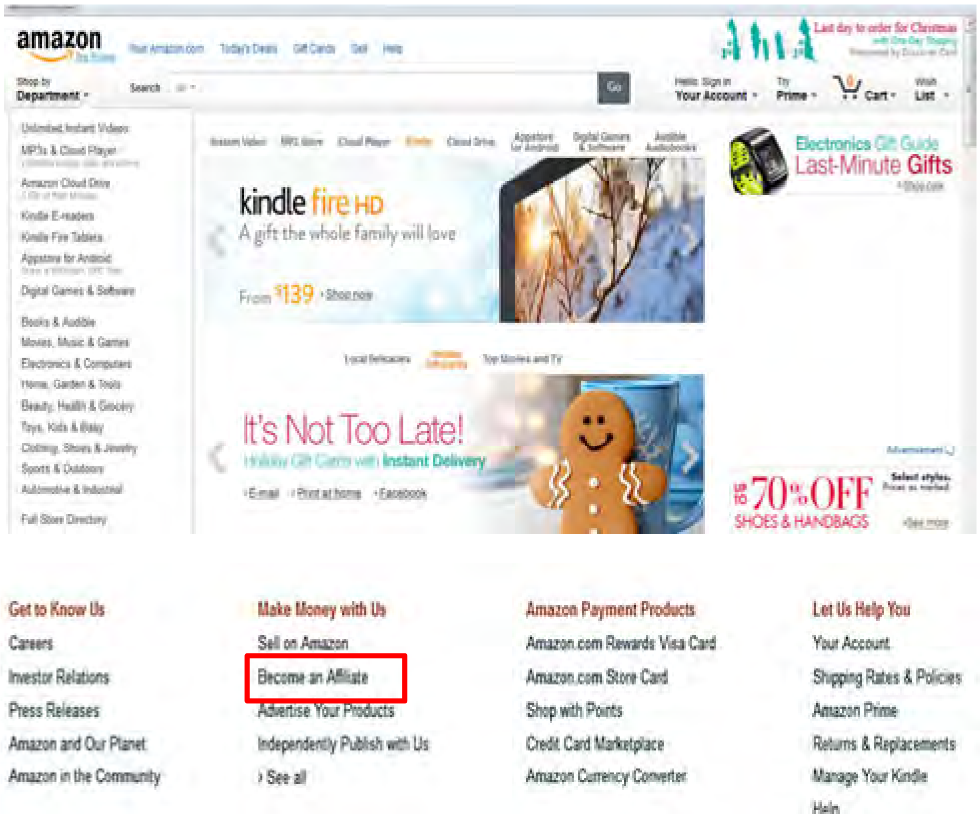
Afiliasi pemasaran tidak sesuai dengan standar industri dan tidak memiliki regulasi pusat. Praktik menggunakan situs jaringan sosial, forum online dan aspek lain dari Internet untuk iklan produk dan jasa dan menawarkan akses gratis ke pengguna, sulit untuk menerapkan langkah-langkah regulasi pada penggunaannya. (sumber : http://www.anneahira.com/affiliate.htm)

Cara Menjadi Afiliasi Amazon

Amazon merupakan situs retail terbesar dan terpopuler di Amerika yang menjual berbagai macam produk mulai dari buku, software,elektronik sampai peralatan rumah tangga juga ada. Amazon juga menyediakan program afiliasi dengan sistem komisi atau advertising fee untuk para afilliatenya.

Hal ini bisa jadi lahan bisnis online bagi para affiliate dengan mereferensikan serta menjual produk Amazon yang hasilnya sangat menjanjikan. Namun kendalanya adalah ketika membuka situs amazon.com ini, kebanyakan para pemula memang tidak mengetahui bagaimana cara mendaftar program afiliasi Amazon ini karena memang sistem navigasi bagi afiliasi atau disebut dengan associates program letaknya membingungkan.

Program afiliasi Amazon ini bernama Amazon Associates. Untuk mendaftar silahkan buka situs Amazon di http://amazon.com.



Gambar 10.4 Halaman Amazon

Sumber : www.amazon.com

Lalu lihatlah pada bagian paling bawah terdapat tulisan ***become an affiliate*** Klik pada tulisan tersebut, atau anda dapat langsung membukanya lewat url ini https://affiliate-program.amazon.com/.

Lalu setelah itu klik Join now for free. Setelah itu ikuti langkah-langkahnya hingga selesai, dari mengisi data lengkap anda, alamat url blog atau website anda dan metode pembayaran yang anda kehendaki. Lalu setelah itu anda diharuskan memilih produk untuk dipasarkan di blog atau website anda. Anda dapat mempromosikan produk tersebut sedemikian rupa agar orang yang mengunjungi blog atau website anda tertarik untuk membeli produk tersebut. Dan jika ada salah seorang yang membeli produk tersebut dari blog atau

website anda, anda akan mendapatkan komisi dari hasil penjualan tersebut. Besarnya berbeda untuk setiap kategori produk.

Menurut berbagai sumber ada yang mengatakan blog atau website apa saja dapat mengikuti program afiliasi ini, asalkan tidak terkait dengan domain website amazon atau apapun yang milik hak paten dari amazon. Bahasa dari blog atau website tersebut bebas, yang terpenting bagaimana cara anda untuk mempromosikan barang tersebut agar barang tersebut diminati oleh pengunjung blog anda.

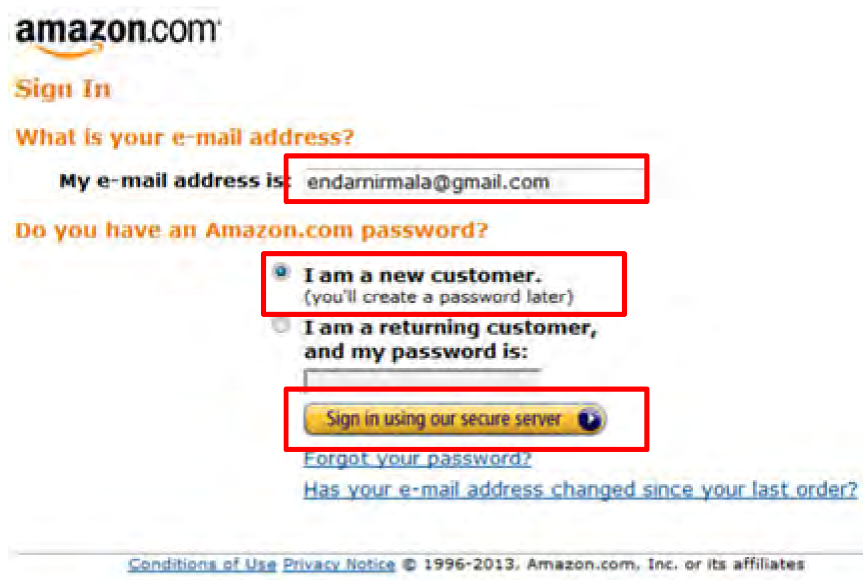
sumber : http://handokotantra.com/cara-mendaftar-program-afiliasi-amazon.html

Berikut tampilan setelah masuk ke halaman amazone associates :



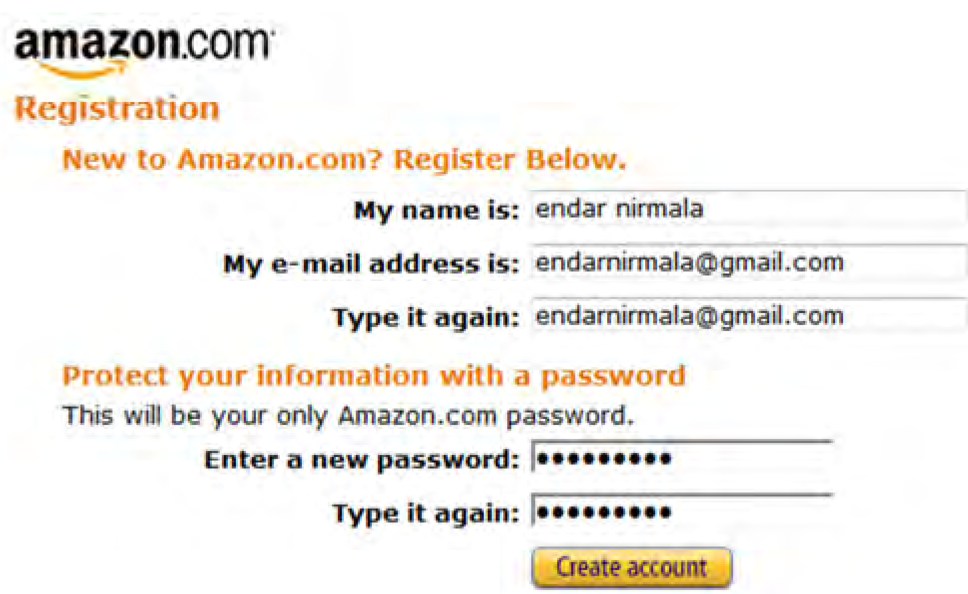
Gambar 10.5 Halaman Amazone Associates

Klik Join Now for Free → maka akan tampil halaman Sign In



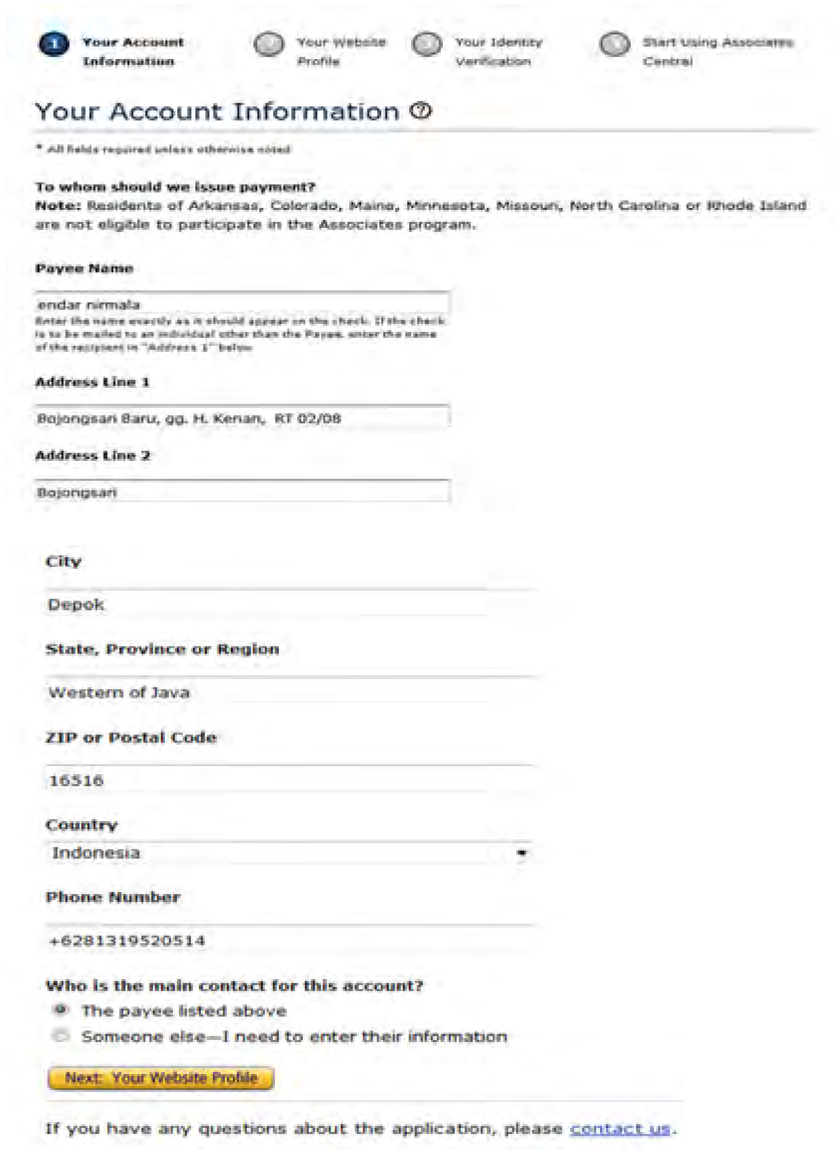
Gambar 10.6 Halaman Sign In

Klik sign in using our secure server → maka akan tampil halaman registration



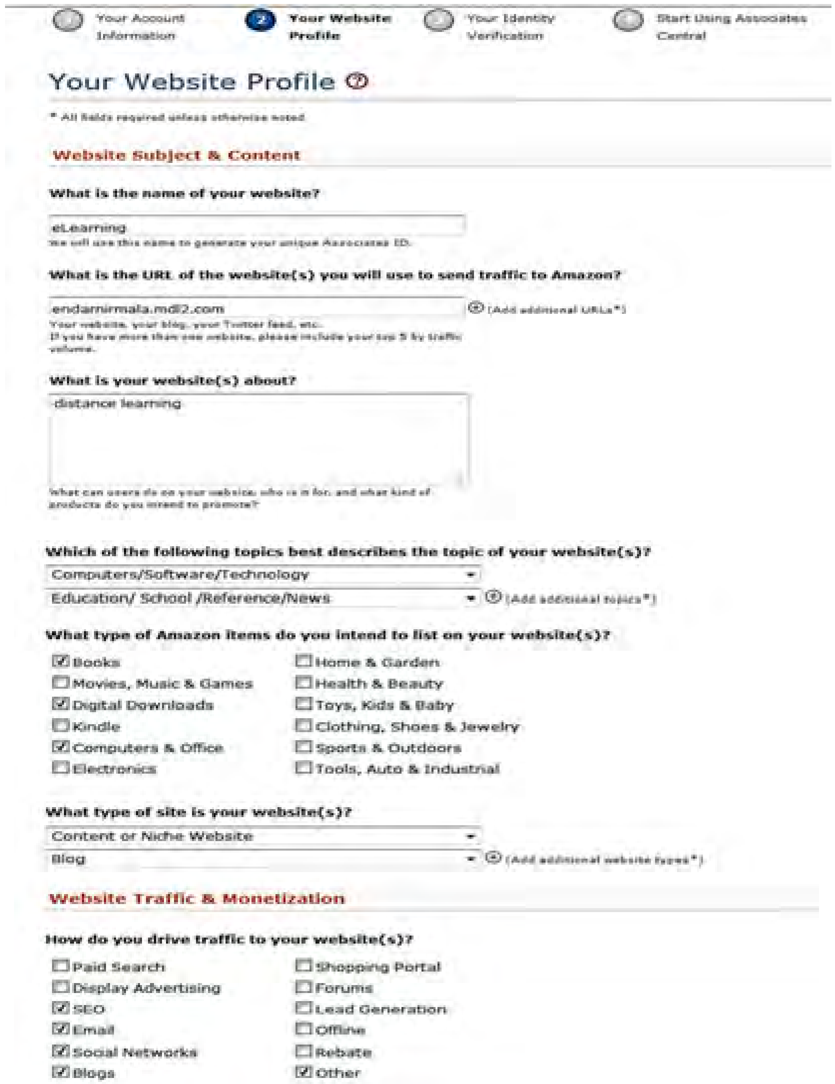
Gambar 10.7 Halaman Registrasi

Klik create account, maka akan tampil halaman informasi



Gambar 10.8 Halaman Information

Klik next your website profile, akan tampil halaman profil website



Your Account Information | 2 Your Website Profile | Your Identity Verification | Start Using Associates Central

Your Website Profile

* All fields required unless otherwise noted

Website Subject & Content

What is the name of your website?

eLearning

We will use this name to generate your unique Associates ID.

What is the URL of the website(s) you will use to send traffic to Amazon?

endarnirmala.mdl2.com (Add additional URLs*)

Your website, your blog, your Twitter feed, etc.
If you have more than one website, please include your top 5 by traffic volume.

What is your website(s) about?

distance learning

What can users do on your website, who is it for, and what kind of products do you intend to promote?

Which of the following topics best describes the topic of your website(s)?

Computers/Software/Technology

Education/ School /Reference/News (Add additional topics*)

What type of Amazon items do you intend to list on your website(s)?

- [x] Books
- [ ] Movies, Music & Games
- [x] Digital Downloads
- [ ] Kindle
- [x] Computers & Office
- [ ] Electronics
- [ ] Home & Garden
- [ ] Health & Beauty
- [ ] Toys, Kids & Baby
- [ ] Clothing, Shoes & Jewelry
- [ ] Sports & Outdoors
- [ ] Tools, Auto & Industrial

What type of site is your website(s)?

Content or Niche Website

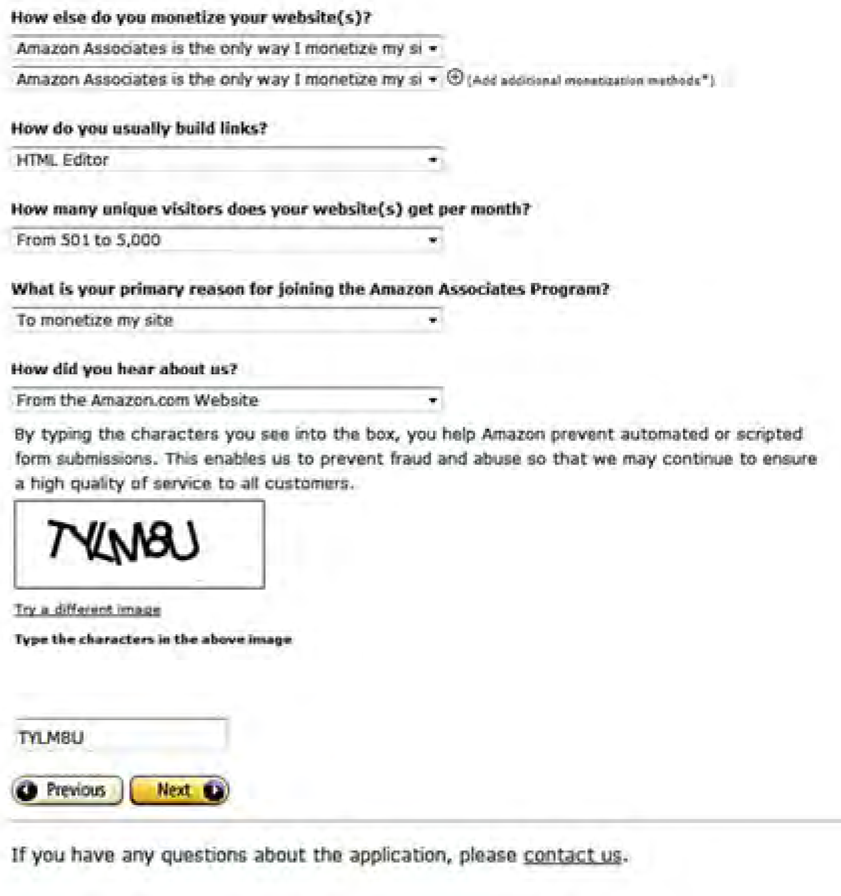
Blog (Add additional website types*)

Website Traffic & Monetization

How do you drive traffic to your website(s)?

- [ ] Paid Search
- [ ] Display Advertising
- [x] SEO
- [x] Email
- [x] Social Networks
- [x] Blogs
- [ ] Shopping Portal
- [ ] Forums
- [ ] Lead Generation
- [ ] Offline
- [ ] Rebate
- [x] Other

Gambar 10.9 Halaman Profil Website A



How else do you monetize your website(s)?

Amazon Associates is the only way I monetize my si

Amazon Associates is the only way I monetize my si (Add additional monetization methods*)

How do you usually build links?

HTML Editor

How many unique visitors does your website(s) get per month?

From 501 to 5,000

What is your primary reason for joining the Amazon Associates Program?

To monetize my site

How did you hear about us?

From the Amazon.com Website

By typing the characters you see into the box, you help Amazon prevent automated or scripted form submissions. This enables us to prevent fraud and abuse so that we may continue to ensure a high quality of service to all customers.

TYLM8U

Try a different image

Type the characters in the above image

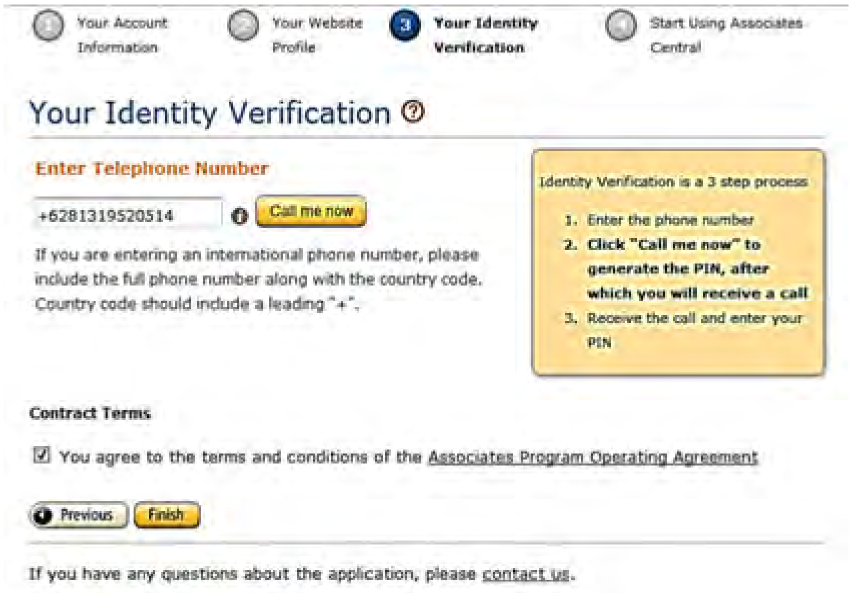
TYLM8U

Previous Next

If you have any questions about the application, please contact us.

Gambar 10.10 Halaman Profil Website B

Klik next, akan tampil halaman verifikasi



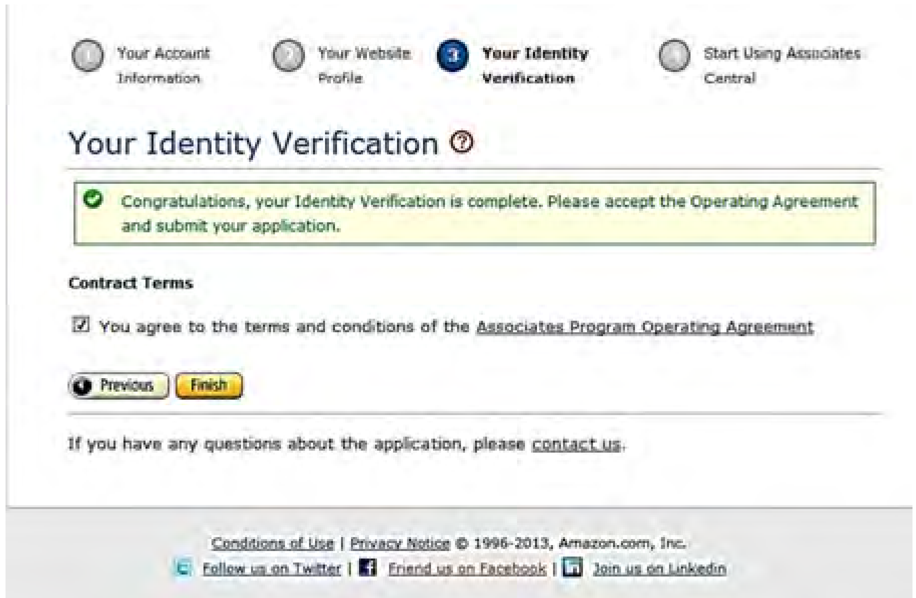
Gambar 10.11 Halaman Verfifikasi

klik call me now



Gambar 10.12 Halaman Proses Verfifikasi untuk Menghasilkan PIN

Klik Finish akan menampilkan halaman sukses verfikasi



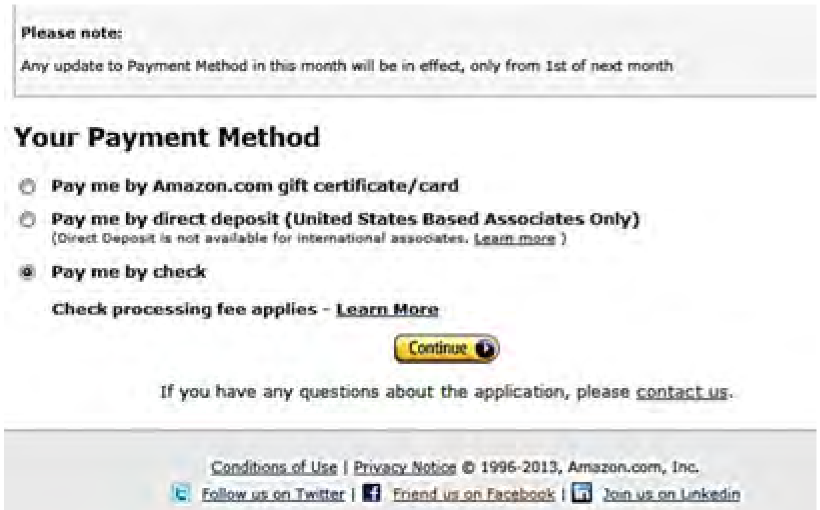
Gambar 10.13 Halaman Verfikasi Sukses

Klik Finish, akan tampil halaman untuk menuju metode pembayaran



Gambar 10.14 Halaman Menuju Metode Pembayaran

Klik Specify Payment Method Now akan menampilkan jenis-jenis cara pembayaran



Gambar 10.15 Halaman Metode Pembayaran

Jika klik specifiy payment method letter, maka akan tampil halaman pengelolaan Associates, maka akan menampilkan halaman pengelolaan Associate.



Gambar 10.16 Halaman Pengelolaan Associate

Tugas 10.2

Cermati soal-soal berikut kemudian kerjakan dengan teliti dan benar!

1. Apa saja cara pembayaran komisi pada website yang berafiliasi berikut jenis binisnya?
2. Menurut anda adakah cara lain untuk melakukan kegiatan affiliasi tanpa harus membuat website, jelaskan!
3. Apa saja kendala-kendala dalam melakukan affiliasi marketing

Lembar Kerja 10.2

Cara Bayar	Alamat Website	Jenis Bisnis

Lembar Kerja 10.3

Pendapat anda tentang cara lain melakukan kegiatan afiliasi tanpa membuat website :

………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………

………………………………………………………………………………………………………

Lembar Kerja 10.4

Kendala melakukan Afiliasi :

……………………………………………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………………………

……………………………………………………………………………………………………

Tugas 10.3

Tugas Kelompok

Buatlah kelompok, masing-masing kelompok 2 orang, cobalah anda melakukan affiliasi pada lembaga pemilik produk (affiliate merchant) dengan bergabung menjadi pemasar produk (affiliate maketer), tuliskan langkah-langkahnya, presentasikan pada kegiatan pembelajaran.

Lembar Kerja 10.5

Langkah-langkah melakukan Afiliasi :

Nama Afiliate Merchant: ……………………………………………..

…………………………………………………………………………

…………………………………………………………………………

…………………………………………………………………………

…………………………………………………………………………

…………………………………………………………………………

…………………………………………………………………………

…………………………………………………………………………..

…………………………………………………………………………

…………………………………………………………………………

…………………………………………………………………………

…………………………………………………………………………

…………………………………………………………………………

C. Rangkuman

Rangkuman

Afiliasi pemasaran berasal dari praktek bagi hasil di mana pendapatan usaha dibagi antara afiliasi bisnis. Pada akhir 1994, konsep bagi hasil berevolusi menjadi Internet Marketing Afiliasi. CDNow adalah situs pertama yang memiliki fitur pemasaran afiliasi.

Afiliasi adalah cara menghasilkan uang dengan menjual produk dari perusahaan atau lembaga pemilik produk (affiliate merchant), dengan bergabung menjadi pemasar produk (affiliate marketers), dan (hanya) dibayar setelah produk terjual.

Cara umum membuat uang melalui pemasaran online : Pay-Per-Klik, Perbandingan Belanja, Pay-Per-Lead, Pay-Per-Sale, Bisnis Promosi melalui Website, dan Email, Blog, Forum.

Keuntungan afiliasi : Tanpa modal investasi,Tanpa Resiko Kerugian, Sangat Mudah Dijalankan, Peluang Penghasilan Yang Sangat Besar, Tidak butuh pengalaman menjual (marketing), Banyak pilihan dan celah peluang, Tidak berurusan dengan pengepakan dan pengiriman barang,Tidak perlu berhubungan langsung dengan pembeli, dan tidak menyita waktu.

Kerugian afiliasi : praktik Internet ilegal dan tidak etis iklan, Spamming, tidak sesuai dengan standar industri dan tidak memiliki regulasi pusat.

D. Test Formatif

1. Apa yang dimaksud dengan Afiliasi?
2. Apa keuntungan melakukan Afiliasi?
3. Bagaimana cara kerja Afiliasi secara umum?
4. Berikan contoh website yang melakukan Afiliasi?

E. Kunci Jawaban

1. Afiliasi adalah cara menghasilkan uang dengan menjual produk dari perusahaan atau lembaga pemilik produk (affiliate merchant), dengan bergabung menjadi pemasar produk (affiliate marketers), dan (hanya) dibayar setelah produk terjual.
2. Keuntungan afiliasi : Tanpa modal investasi,Tanpa Resiko Kerugian, Sangat Mudah Dijalankan, Peluang Penghasilan Yang Sangat Besar, Tidak butuh pengalaman menjual (marketing), Banyak pilihan dan celah peluang, Tidak berurusan dengan pengepakan dan pengiriman barang,Tidak perlu berhubungan langsung dengan pembeli, dan tidak menyita waktu
3. Proses kerja afiliasi secara umum :



4. Contoh website melakukan afiliasi
   - http://www.autosubmit.web.id/
   - http://pabrikbacklink.com/
   - http://tokoone.com/
   - http://female.store.co.id/affiliate.html

- http://adsensecamp.com/
- http://www.ppcindo.com/publisher_ui.php
- http://www.sitti.co.id/tentang-sitti.php
- http://pub.kliksaya.com/web/persetujuan-penerbit.php
- http://kumpulblogger.com/
- https://manage.pusatmedia.com/
- http://www.eazysmart.com/affiliasi.html
- http://www.indowebmaker.com/azfan/affiliate/index.jsp
- http://www.jagoanstore.com/program-afiliasi
- http://www.ruangweb.com/affiliate/terms

Kegiatan Belajar 11

BLOG DAN ADSENSE

A. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari kegiatan belajar 11 peserta didik mampu:

1. Menjelaskan pengertian Blog dan Adsense
2. Mempresentasikan pembuatan blog
3. Memahami cara mendaftar dan mendapat Persetujuan Adsense
4. Memahami pemasangan iklan adsense dalam blog
5. Memahami cara mencarikan pendapatan dari Google Adsense
6. Mengoptimalkan interface Adsense

B. Uraian Materi

1. Pengertian Blog



Gambar 11.1 Halaman website Edukasi

(sumber : http://www.m-edukasi.web.id/2011/12/blog-guru-indonesia.html)

Tugas 11.1

Amatilah gambar diatas ungkapkan pendapat anda, sampaikan dalam kegiatan pembelajaran

Blog merupakan singkatan dari *web log* adalah bentuk aplikasi web yang menyerupai tulisan-tulisan (yang dimuat sebagai *posting*) pada sebuah halaman web umum.

Tulisan-tulisan ini seringkali dimuat dalam urut terbalik (isi terbaru dahulu baru kemudian diikuti isi yang lebih lama), meskipun tidak selamanya demikian. Situs web seperti ini biasanya dapat diakses oleh semua pengguna Internet sesuai dengan topik dan tujuan dari si pengguna blog tersebut.

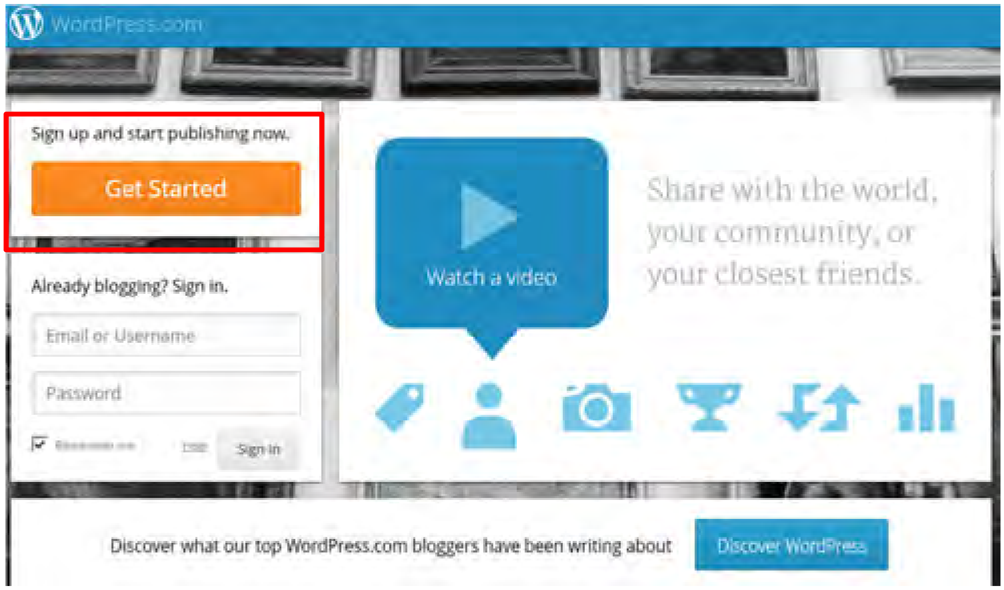
Berikut beberapa penyedia blog gratis yang dapat anda coba, diantaranya:

1. Blogger.com
2. WordPress.com
3. Blogsome.com
4. Multiply.com
5. Livejournal.com
6. Blogetery.com
7. Edublogs.org

Membuat Blog

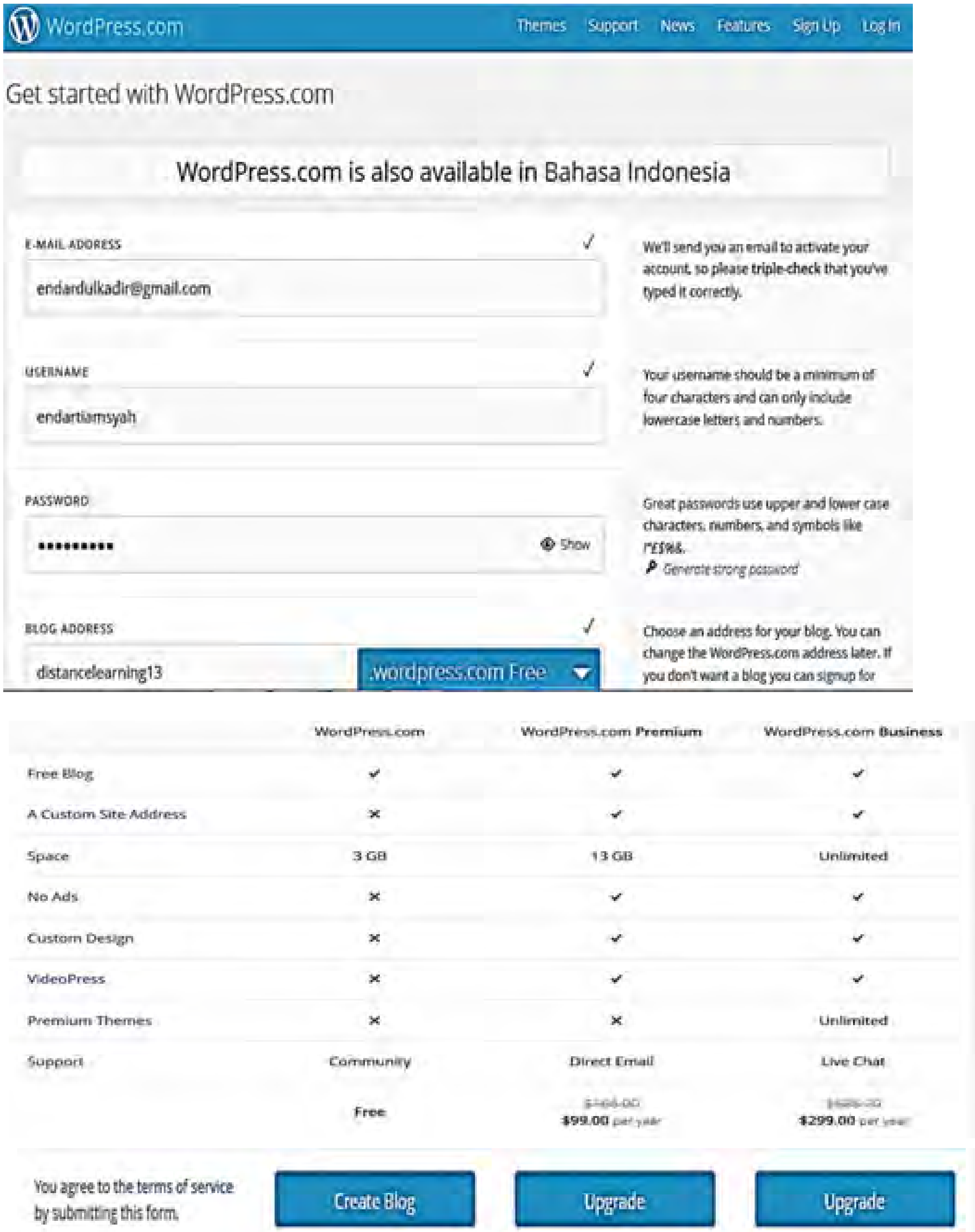
Syarat utama sebelum Anda **membuat blog** adalah memiliki alamat email yang masih aktif. Berikut cara membuat blog pada wordpress.

Klik link ini >> www.WordPress.com. Setelah terbuka, klik tombol Get Started



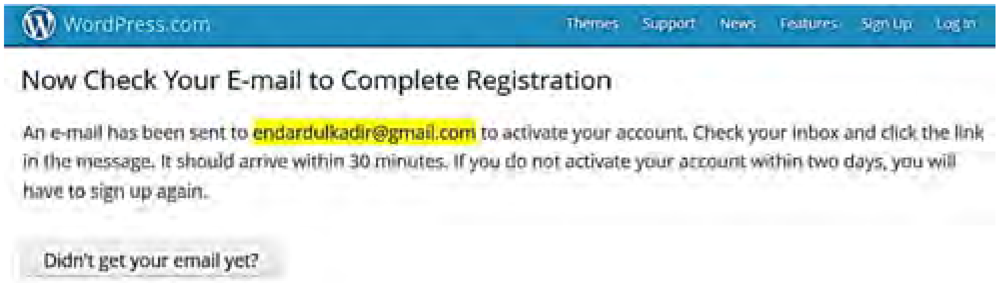
Gambar 11.2 Halaman Wordpress.com

Klik Get Started → akan tampil halaman form isian



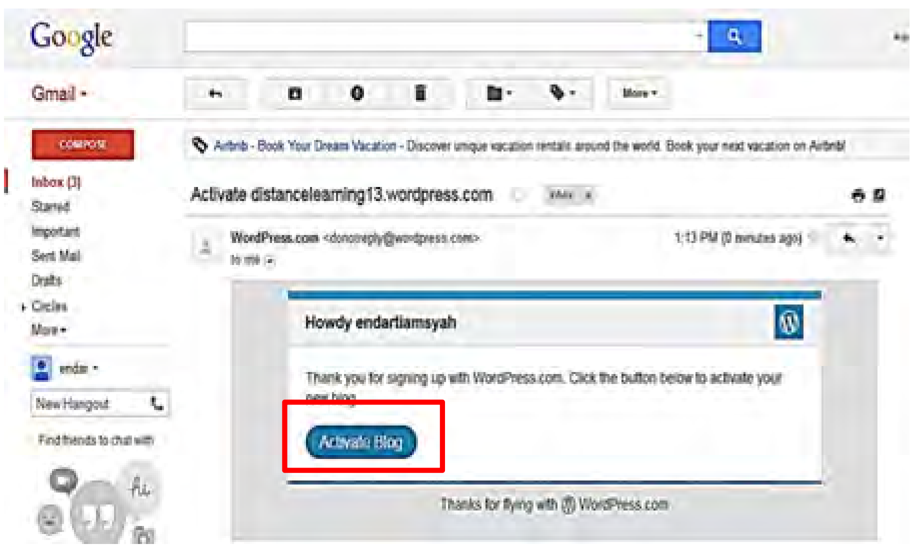
Gambar 11.3 Halaman form registrasi Wordpress

Klik create blog → akan tampil register sukses



Gambar 11.4 Halaman register sukses

kemudian cek email untuk melakukan konfirmasi



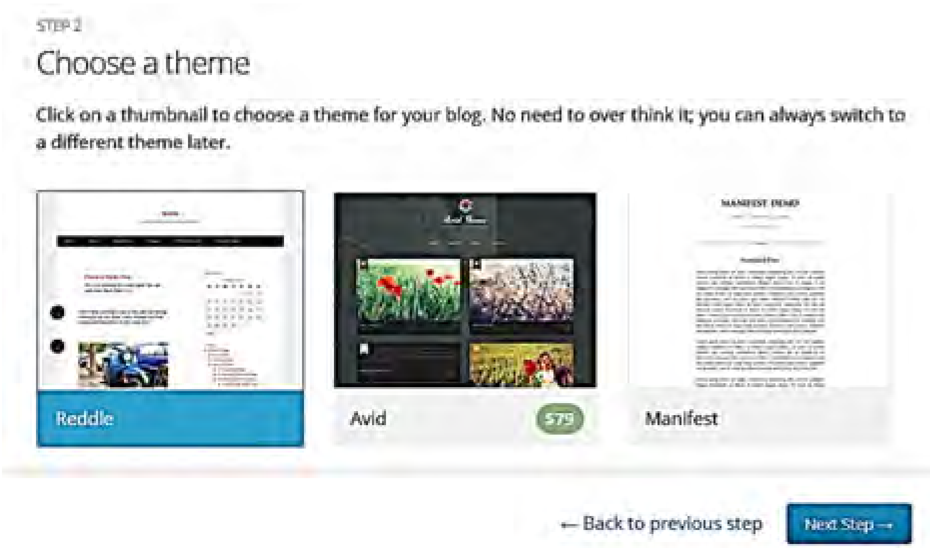
Gambar 11.5 Halaman konfirmasi pada email

Klik Active Blog → maka akan tampil set up blog



Gambar 11.6 Halaman set up blog

Klik next step, akan tampil jenis-jenis theme. Pilih theme yang anda inginkan



Gambar 11.7 Halaman Theme

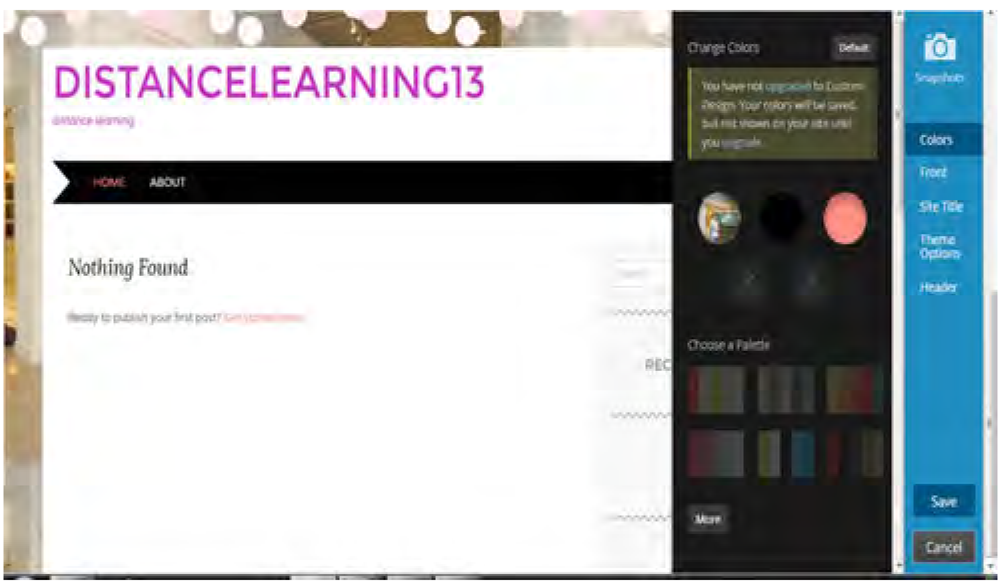
Pilih Theme → klik Next Step



Gambar 11.8 Halaman Theme untuk Custumize

Pilih Custumize atau next step.

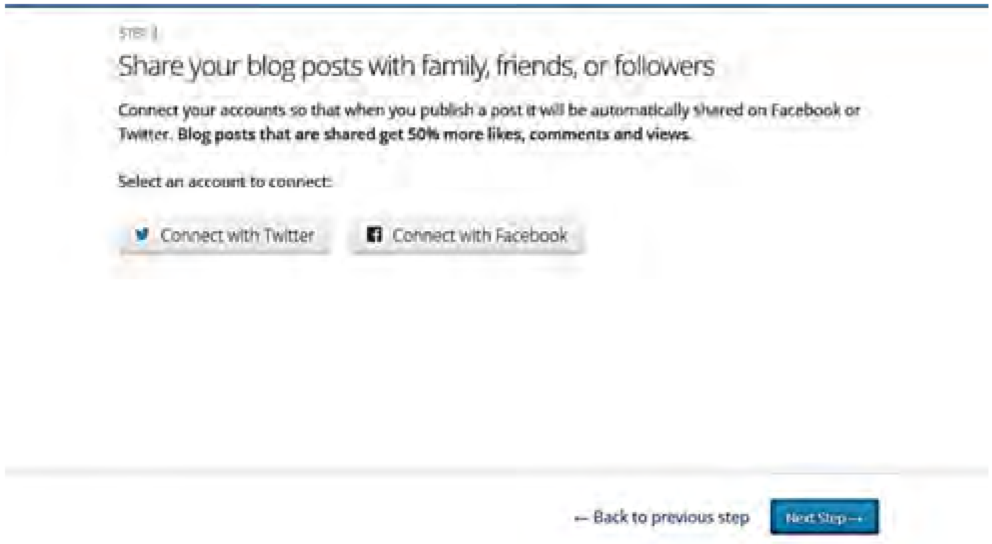
Klik Custumize akan menampilkan



Gambar 11.9 Setting elemen blog

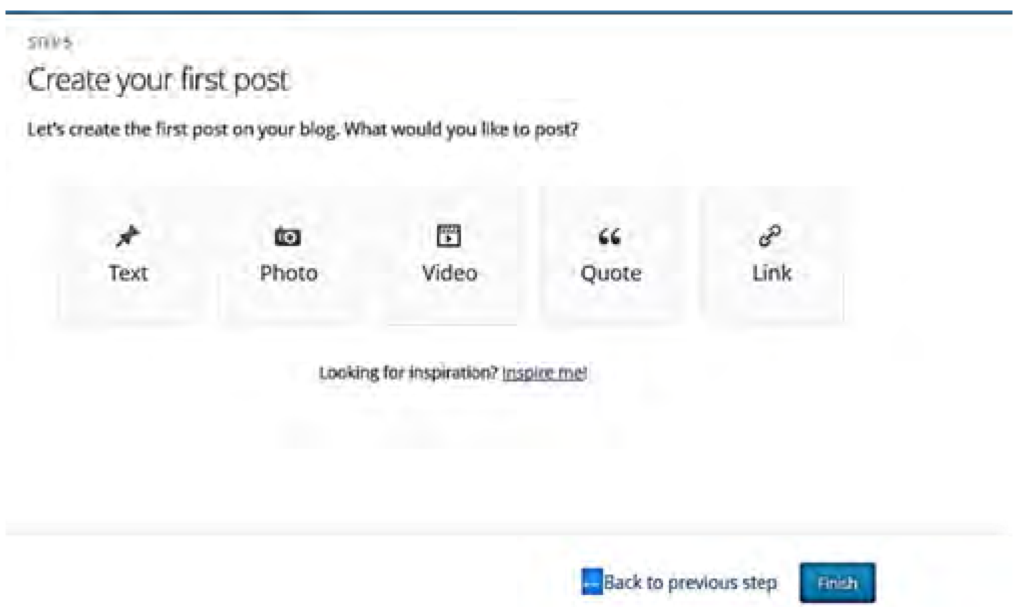
Settinglah elemen tampilan dengan fasilitas yang disediakan jika sudah selesai klik tombol save.

Halaman untuk share ke twitter atau facebook, klik next step



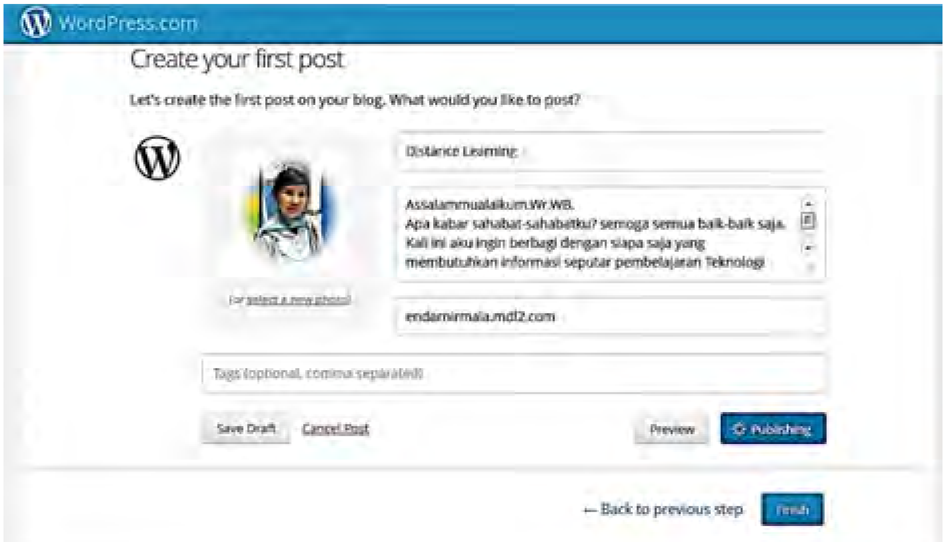
Gambar 11.10 Halaman untuk share

Klik next step akan menampilkan fasilitas untuk post pertama



Gambar 11.11 Halaman fasilitas untuk posting pertama

Misalnya klik photo maka akan tampil Gambar halaman posting pertama,



Gambar 11.12 Halaman create post pertama

Isilah postingan halaman pertama anda, klik publish atau finish.

Jika ingin mengolah lebih lanjut. ketik nama blog diikuti perintah login, misalnya : www.distancelearnin13.wordpress.com/login

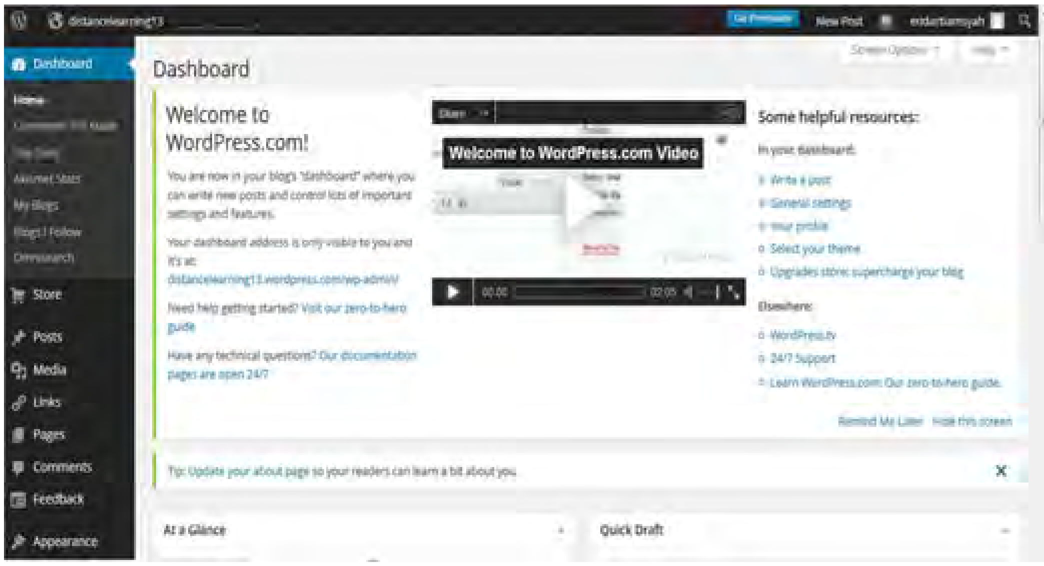
Maka akan tampil :

k



Gambar 11.13 Halaman login

Masukkan alamat email atau username dan password sesuai dengan registrasi awal . Maka akan tampil halaman admin tempat mengelola blog anda, silakan anda melakukan posting atau setting bagian-bagian blog anda.



Gambar 11.13 Halaman admin

Tugas 11.2

Tugas Mandiri :

1. Selain penyedia blog yang sudah disebutkan diatas, cobalah cari penyedia blog lain.
2. Buatlah blog menggunakan wordpress dengan mengikuti langkah-langkah diatas, lengkapi langkah-langkah diatas hingga mempositng berita atau produk, lengkapi komponen-komponen lain dengan menambah widget yang disediakan
3. Gunakan teknik SEO yang pernah dijelaskan dibuku 1, sehingga blog anda berada pada SERP pertama
4. Tuliskan kendala yang anda temukan , diskusikan dengan teman lain untuk memecahkan masalah tersebut.

Lembar Kerja 11.2

1. Penyedia Blog :
   ……………………………………………………………………………
   ……………………………………………………………………………
   ……………………………………………………………………………
   ……………………………………………………………………………
   ……………………………………………………………………………
   ……………………………………………………………………………
   ……………………………………………………………………………

Lembar Kerja 11.3

2. Langkah-langkah posting berita/produk dan setting widget pada blog :
   ……………………………………………………………………………
   ……………………………………………………………………………
   ……………………………………………………………………………
   ……………………………………………………………………………
   ……………………………………………………………………………
   ……………………………………………………………………………
   ……………………………………………………………………………
   ……………………………………………………………………………
   ……………………………………………………………………………
   ……………………………………………………………………………
   ……………………………………………………………………………
   ……………………………………………………………………………
   ……………………………………………………………………………
   ……………………………………………………………………………
   ……………………………………………………………………………
   ……………………………………………………………………………
   ……………………………………………………………………………
   ……………………………………………………………………………

Lembar Kerja 11.4

3. Teknik SEO :

....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....

Lembar Kerja 11.5

4. Kendalah dan pemecahannya :

....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....

2. Pengertian Adsense



Gambar 11.14 Sumber www.ptkai.com dan klik-seru2an.blogspot.com

Tugas 11.3:

Amatilah gambar diatas ungkapkan pendapat anda, sampaikan dalam kegiatan pembelajaran

AdSense adalah program kerjasama periklanan melalui media Internet yang diselenggarakan oleh Google. Melalui program periklanan AdSense, pemilik situs web atau blog yang telah mendaftar dan disetujui keanggotaannya diperbolehkan memasang unit iklan yang bentuk dan materinya telah ditentukan oleh Google di halaman web mereka. Pemilik situs web atau blog akan mendapatkan pemasukan berupa pembagian keuntungan dari Google untuk setiap iklan yang diklik oleh pengunjung situs, yang dikenal sebagai sistem *pay per click* (ppc) atau bayar per klik.

Selain menyediakan iklan-iklan dengan sistem bayar per klik, Google AdSense juga menyediakan AdSense untuk pencarian (*AdSense for Search*) dan iklan arahan (*Referral*). Pada AdSense untuk pencarian, pemilik situs web dapat memasang kotak pencarian Google di halaman web mereka. Pemilik situs akan

mendapatkan pemasukan dari Google untuk setiap pencarian yang dilakukan pengunjung melalui kotak pencarian tersebut, yang berlanjut dengan klik pada iklan yang disertakan pada hasil pencarian. Pada iklan arahan, pemilik situs akan menerima pemasukan setelah klik pada iklan berlanjut dengan tindakan tertentu oleh pengunjung yang telah disepakati antara Google dengan pemasang iklan tersebut. (sumber :http://id.wikipedia.org/wiki/AdSense)

3. Cara mendaftar Adsense

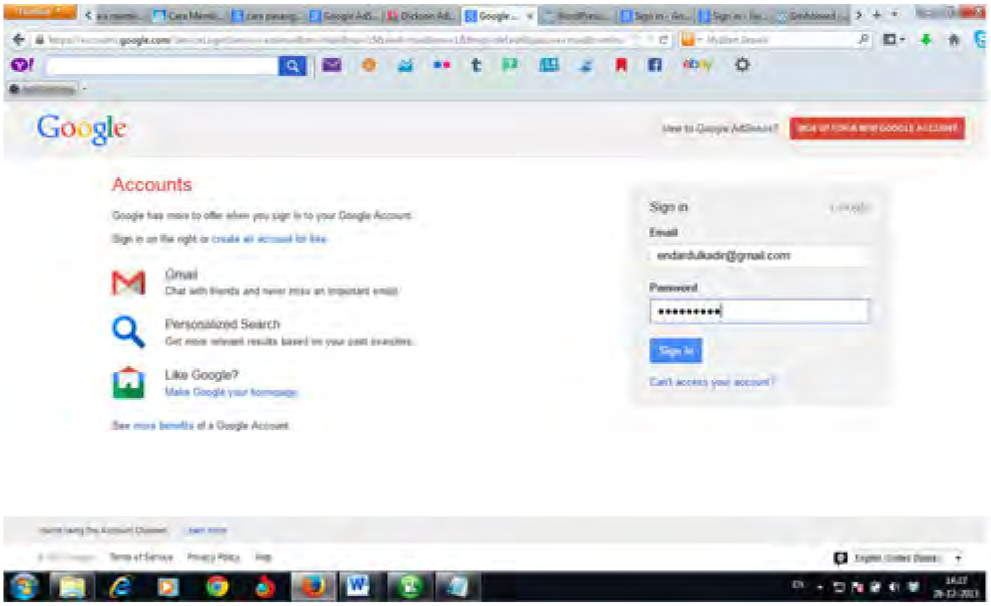
Proses persetujuan AdSense memiliki beberapa tahapan - beberapa dari pihak Adsense dan beberapa dari pihak Anda. Berikut tahapan proses tersebut:

a. Mengirimkan permohonan

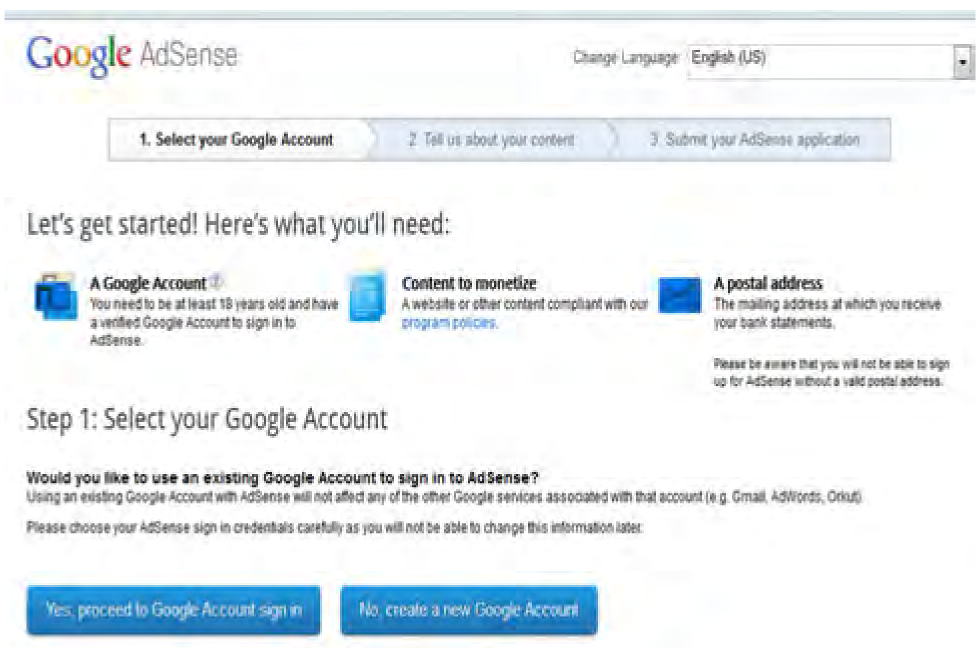
Hal terpenting untuk meraih kesuksesan bersama AdSense adalah memiliki situs web dengan konten menarik yang memuaskan pengguna Anda - sebelum mengajukan permohonan ke AdSense, periksa apakah situs Anda memiliki konten yang menarik dan orisinal. Tentu saja, Anda juga perlu pengunjung, atau tidak ada seorang pun yang akan melihat iklan Anda, jadi pastikan orang-orang telah mengetahui tentang situs Anda sebelum menempatkan iklan di sana.

Ada beberapa aturan tentang jenis konten apa saja yang dapat diterima yang harus Anda baca. Jika situs web Anda adalah salah satu dari situs mitra host adsense (seperti Blogger, YouTube, atau Hubpages), Anda harus mendaftar melalui akun Anda di sana dengan mengikuti proses permohonan yang berbeda.

Langkah-langkah mendaftar google adsense : www.google.com/adsense
klik sign up

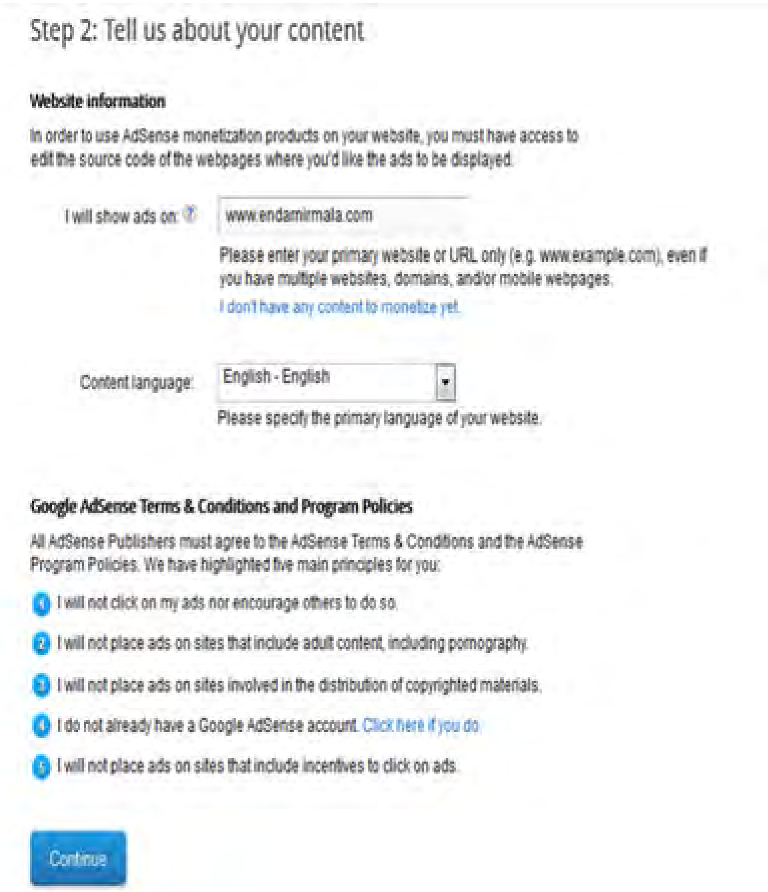


Gambar 11.16 Halaman memilih google account



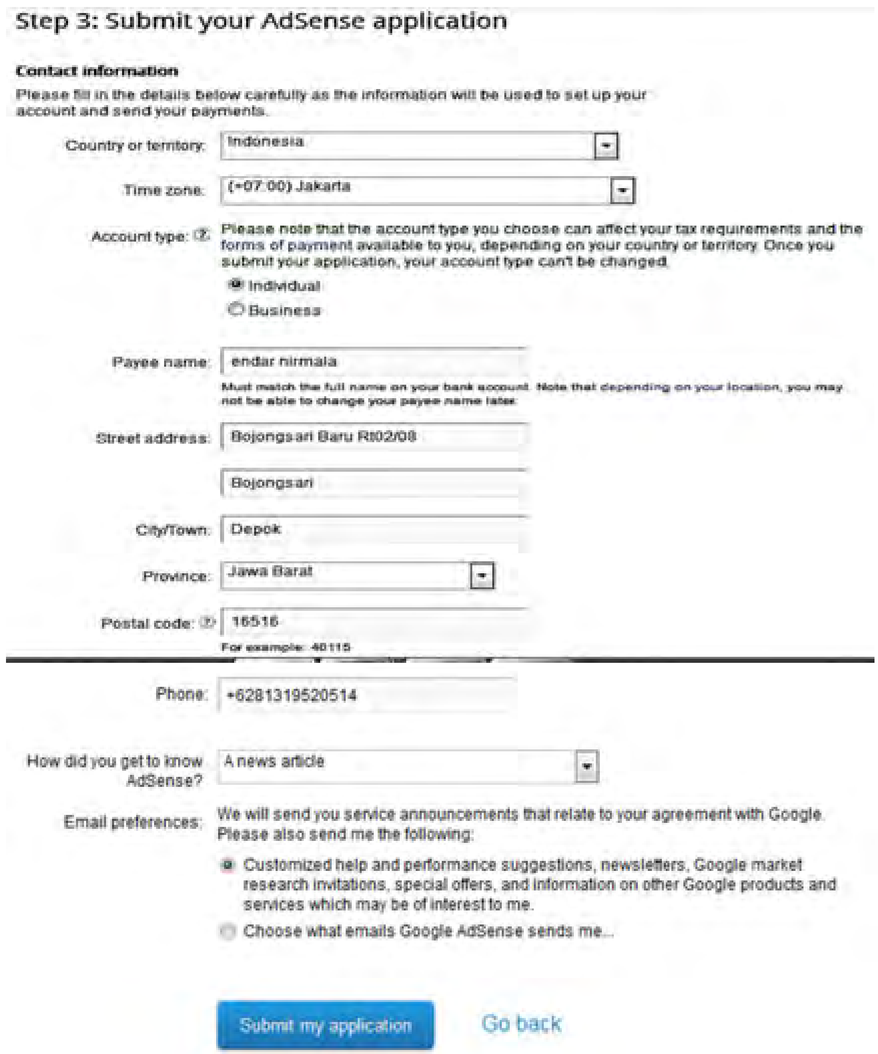
Gambar 11.17 Halaman account google

Klik yes procedd google acount sign in, akan tampil halaman account
Gunakan alamat email yang anda miliki, klik sign in maka akan tampil halaman informasi konten web.



Gambar 11.18 Halaman informasi konten website

Klik countinue akan tampil halaman isin informasi kontak


Step 3: Submit your AdSense application

Contact information

Please fill in the details below carefully as the information will be used to set up your account and send your payments.

Country or territory: Indonesia

Time zone: (+07:00) Jakarta

Account type: Please note that the account type you choose can affect your tax requirements and the forms of payment available to you, depending on your country or territory. Once you submit your application, your account type can't be changed.

Individual

Business

Payee name: endar nirmala

Must match the full name on your bank account. Note that depending on your location, you may not be able to change your payee name later.

Street address: Bojongsari Baru Rt02/08

Bojongsari

City/Town: Depok

Province: Jawa Barat

Postal code: 16516

For example: 40115

Phone: +6281319520514

How did you get to know AdSense? A news article

Email preferences: We will send you service announcements that relate to your agreement with Google. Please also send me the following:

Customized help and performance suggestions, newsletters, Google market research invitations, special offers, and information on other Google products and services which may be of interest to me.

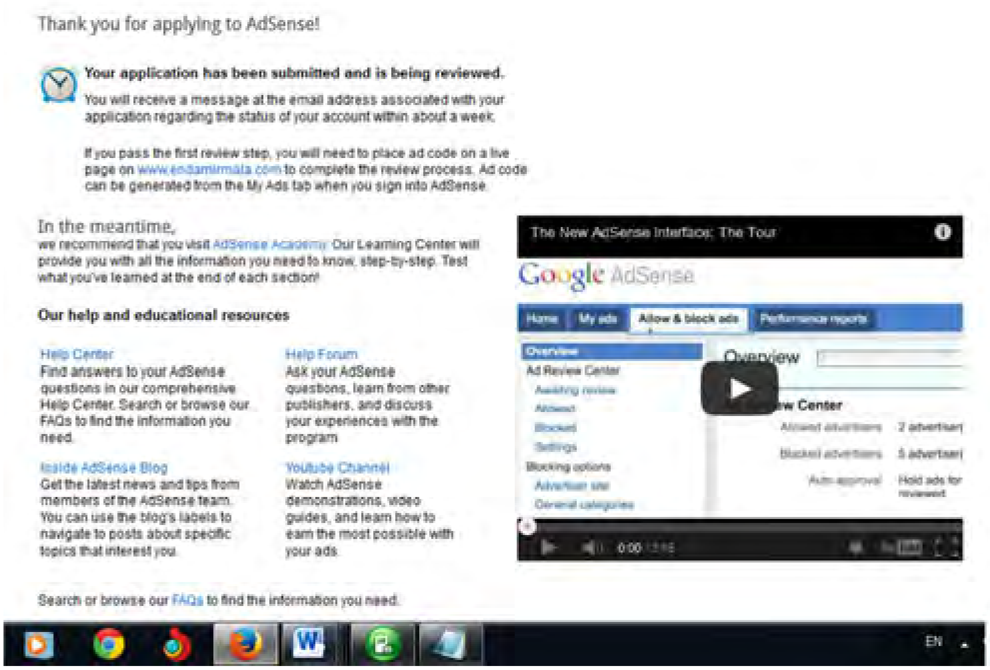
Choose what emails Google AdSense sends me...

Submit my application

Go back

Gambar 11.19 Halaman informasi kontak

Klik submit my application



Gambar 11.19 Halaman konfirmasi permohonan aplikasi sudah dikirim

Tugas 11.4:

1. Cobalah anda mengirim permohonan ke google andsense untuk mendaftarkan iklan anda, tuliskan langkah-langkahnya gunakan website yang telah anda buat.
2. Adakah penyedia layanan adsense lain selain google, sebutkan!
3. cobalah anda mengirimkan permohonan pendaftaran, tuliskan langkah-langkahnya!
4. Diskusikan perbedaan menggunakan google adsense dengan penyedia adsense lainnya, tuliskan perbedaanya.

Lembar Kerja 11.6

1. Langkah-langkah pengiriman permohonan pendaftaran iklan pada google adsense :
   ………………………………………………………………………………………
   ………………………………………………………………………………………
   ………………………………………………………………………………………
   ………………………………………………………………………………………
   ………………………………………………………………………………………
   ………………………………………………………………………………………
   ………………………………………………………………………………………
   ………………………………………………………………………………………
   ………………………………………………………………………………………
   ………………………………………………………………………………………
   ………………………………………………………………………………………
   ………………………………………………………………………………………
   ………………………………………………………………………………………
   ………………………………………………………………………………………
   ………………………………………………………………………………………
   ………………………………………………………………………………………

Lembar Kerja 11.7

2. Penyedia layanan adsense selain google :
   ………………………………………………………………………………………
   ………………………………………………………………………………………
   ………………………………………………………………………………………
   ………………………………………………………………………………………
   ………………………………………………………………………………………
   ………………………………………………………………………………………

Lembar Kerja 11.8

3. Nama penyedia layanan adsense : ……………………………………..

   Langkah-langkah mengirimkan permohonan adsense :

   ……………………………………………………………………………………

   ……………………………………………………………………………………

   ……………………………………………………………………………………

   ……………………………………………………………………………………

   ……………………………………………………………………………………

   ……………………………………………………………………………………

   ……………………………………………………………………………………

   ……………………………………………………………………………………

   ……………………………………………………………………………………

   ……………………………………………………………………………………

   ……………………………………………………………………………………

   ……………………………………………………………………………………

   ……………………………………………………………………………………

   ……………………………………………………………………………………

   ……………………………………………………………………………………

   ……………………………………………………………………………………

Lembar Kerja 11.8

Perbedaan Google Adsense dengan Penyedia adsense lain

Google Adsense	Penyedia Adsense lain (tuliskan nama penyedia adsense)

Tugas 11.5

Capture (Fn + Prt Sc) lembar persetujuan dari google, langkah-langkah apa yang dilakukan setelah google melakukan verifikasi, jelaskan !

Lembar Kerja 11.9

Hasil capture :

Langkah-langkah yang dilakukan setelah di verifikasi google adsense :

....
....
....
....
....
....
....
....
....
....
....

b. Verifikasi Permohonan Anda dari Adsense

Adsense memeriksa informasi dalam permohonan Anda (alamat, URL, dan lain-lain.) dan mengirimkan email kepada Anda mengenai status permohonan Anda dalam satu hari.
Jika permohonan Anda tidak disetujui, Anda akan menerima email yang menjelaskan alasan penolakan dan kemungkinan langkah selanjutnya yang dapat Anda ambil.

c. Tempatkan iklan di situs anda

Setelah Adsense memverifikasi informasi Anda, saatnya bagi Anda untuk membuat unit iklan pertama Anda dan menempatkan kode iklan pada URL yang Anda berikan dalam permohonan. Pastikan untuk menempatkan kode iklan pada situs web yang strategis.
Anda hanya akan melihat unit iklan kosong pada situs hingga Anda melewati tinjauan kedua dan Adsense mengaktifkan sepenuhnya akun AdSense Anda. Anda juga akan melihat warna merah di sepanjang bagian atas akun yang menyatakan bahwa Anda masih dalam peninjauan.

d. Meninjau akun anda untuk persetujuan

Setelah sistem Adsense mendeteksi bahwa Anda telah menempatkan kode iklan pada halaman aktif, Adsense secara otomatis meneruskan proses peninjauan dan memeriksa apakah situs Anda mematuhi kebijakan Adsense. Saat Adsense menyelesaikan peninjauan kedua, Adsense mengirimkan email kepada Anda untuk memberitahukan status permohonan Anda. Proses ini dapat berlangsung hingga satu minggu.
Jika permohonan Anda tidak disetujui pada tahapan ini, Anda akan menerima email yang menjelaskan alasan penolakan dan kemungkinan langkah selanjutnya yang dapat Anda ambil.

e. Akun di setujui

Akun AdSense Anda kini diaktifkan sepenuhnya. Warna merah di sepanjang bagian atas akun Anda telah hilang dan Anda akan mulai melihat iklan aktif dalam beberapa jam.

4. Menempatkan iklan di Blog

a. Menempatkan Iklan Adsense pada Wordpress

Setelah diterima oleh Google Adsense sebagai publisher (penerbit) iklan adsensenya. Cara termudah untuk memasangkan iklan google adsense adalah memasangkannya ke sidebar blog, karena tempatnya sudah tersedia dan tinggal masukkan kode adsense-nya kedalam kotak widget sidebar tersebut sesuai dengan ukurannya.

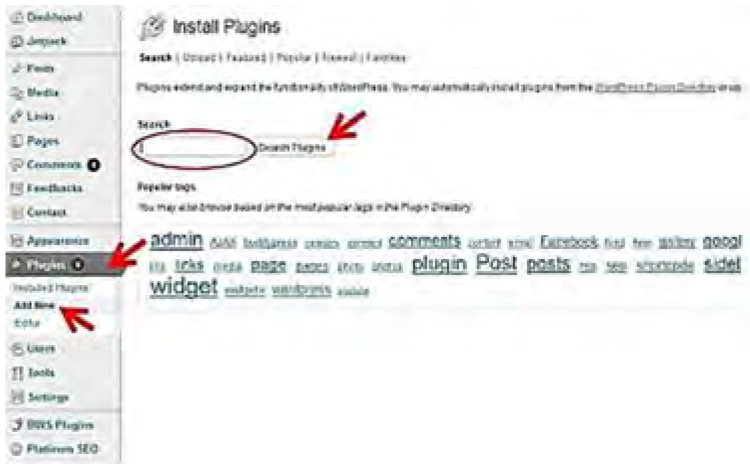
Tetapi lokasi Sidebar terbatas hanya di sidebar baik di kiri, di kanan, di bawah halaman (Footer) saja. Untuk Posisi tertentu, seperti di bawah judul (title), dibawah konten (sebelum kotak komentar) ataupun di atas judul tidak/jarang tersedia oleh Theme Wordpress.

Ada 2 cara untuk memasangnya, yaitu dengan memakai edit html dan melalui Plugin yang sudah tersedia di Wordpress. menggunakan plugin merupakan cara yang termudah dalam pemasangannya.

Plugin Wordpress yang akan kita pakai disini adalah "Adsense Custom Placement"

Cara untuk install Plugin "Adsense Custom Placement" di Wordpress :

1. Masuk ke Dashboard Wordpress anda.
2. Klik [Plugins]
3. Klik [Add New]
4. Klik "Adsense Customer Placement" di Kotak Search.
5. Klik [Search Plugins]
6. Klik [Install Now]



Gambar 11.20 Halaman plugins Adsense custom placement

Demikian Plugins "Adsense Custom Placement" sudah ter-install di Wordpress anda.

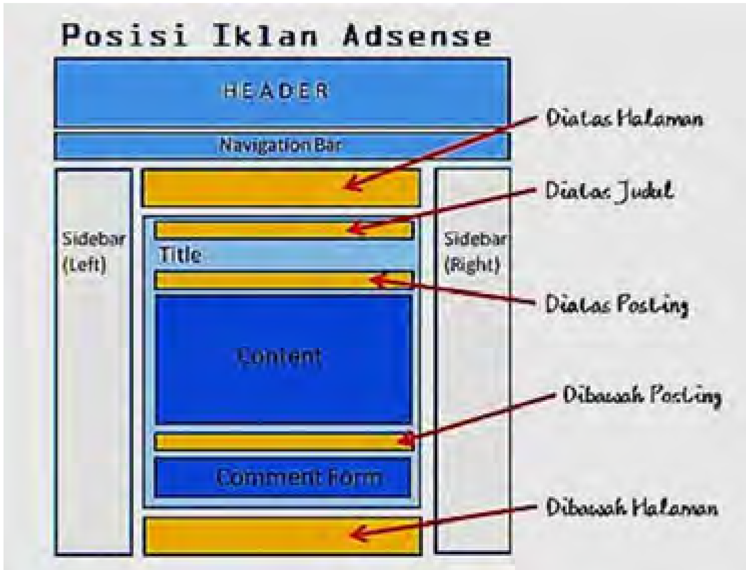
Sekarang mari kita lanjutkan langkah selanjutnya....

Cara Setting Plugins "Adsense Custom Placement"

1. Klik [Setting] di Dashboard Wordpress
2. Cari dan Klik [[CR] Adsense CP]
3. Copy dan Paste kode adsense anda ke dalam kotak besar yang telah disediakan

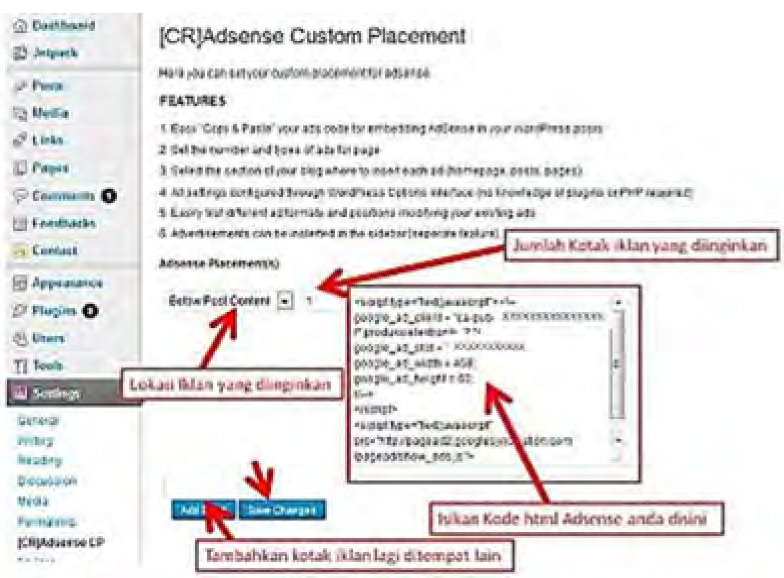
   Terdapat beberapa pilihan posisi pemasangan Iklan Adsense Anda, diantaranya :

   - Above Post Content (diatas isi posting)
   - Below Post Content (dibawah isi posting, diatas kotak komentar)
   - Above Page Content (diatas Isi Halaman) Below Page Content (dibawah isi Halaman)
   - Above Post Title (diatas Judul Posting)



Gambar 11.21 Menentukan posisi iklan adsense

4. Pilih Jumlah Post yang diinginkan (misalnya "1")
5. Jika ingin menambahkan iklan lagi, klik [Add Block] dan lakukan langkah no.3 dan no.4.
6. Klik [Save Changes] jika sudah selesai.



Gambar 11.22 Menentukan jumlah kotak iklan

Catatan :
Google Adsense hanya mengizinkan *3 iklan dalam 1 halaman.* Tetapi Anda dapat menambahkan dengan program Affiliasi yang lain ataupun PPC yang lain selama tidak melanggar TOS (Term of Service) Google Adsense.
(sumber : http://www.dicksonadacara.com/2012/12/cara-memasang-iklan-google-adsense-ke.html)

b. Cara Memasang Iklan Google Adsense Di Blogger (Blogspot)

- Masuk ke situs Google Adsense https://www.google.com/adsense/ dan Login menggunakan akun Google Adsense anda. Apabila belum mempunyai Akun Google Adsense cek postingan saya sebelumnya atau Klik Disini
- Pilih iklan saya, Kemudian klik unit iklan baru.
- Lalu isi data datanya sebagai berikut :

Nama : (Isi Nama Iklan Anda)
Ukuran iklan : (Sesuikan dengan selera anda)
Jenis iklan : (Tinggal dipilih mau iklan bergambar, teks, atau iklan teks & bergambar)
Saluran khusus : (Di kosongkan saja)
Gaya iklan : (Hanya iklan AdWords)



Gambar 11.23 Memasukkan iklan adsense pada blogspot

- Setelah semua data data terisi, kemudian klik **Simpan dan dapatkan kode**.
- Copy semua kodenya



Gambar 11.24 Memasukkan kode iklan adsense

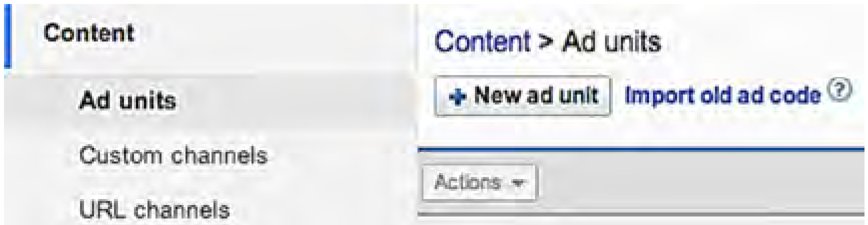
- Masuk Ke **Blogger**, Lalu pilih **Tata Letak**.
- Klik **Tambahkan Gadget**, Kemudian pilih **HTML/JavaScript**.
- **Masukan**/**Paste** kode **Google Adsense** yang barusan anda **Copy**.
- Klik Simpan.

(sumber : http://posoke.blogspot.com/2013/09/cara-memasang-iklan-google-adsense-di.html)

c. Membuat unit iklan

Untuk membuat unit iklan AdSense baru yang dapat Anda kelola di akun Anda, ikuti petunjuk berikut.

1. Masuk ke akun Anda di http://www.google.com/adsense.
2. Kunjungi tab **Iklan saya**.
3. Dari bilah samping, pilih produk. Jika Anda hanya ingin menampilkan iklan pada situs web Anda, pilih "Konten".
4. Klik **+Unit iklan baru**.



Gambar 11.25 Memasukkan kode iklan adsense

5. Beri nama dan sesuaikan unit iklan Anda.
6. Klik **Simpan dan dapatkan kode**.
7. Pilih jenis kode yang akan digunakan:
   - Untuk menggunakan kode iklan asinkron, biarkan jenis kode ditetapkan ke "Asinkron" di menu tarik-turun **Jenis kode**.
   - Jika Anda ingin menggunakan kode iklan AdSense yang ada, pilih "Sinkron" dari menu tarik-turun **Jenis kode**.

   Jika Anda memilih untuk membuat unit iklan responsif, Anda tidak akan melihat menu tarik-turun **Jenis kode** di kotak "Kode iklan". Unit iklan responsif hanya menggunakan kode iklan asinkron.
8. Salin dan tempelkan kode iklan ke kode sumber HTML laman Anda, tempat iklan ingin ditampilkan. Jika Anda tidak mengetahui caranya, Anda dapat meninjau Panduan Penerapan Kode kami.

Setelah situs web Anda disimpan, iklan akan tampil dalam beberapa saat. Jika nanti Anda ingin mengubah setelan unit iklan ini, Anda dapat mengeditnya dari daftar iklan konten di bawah tab **Iklan saya**.

(sumber : https://support.google.com/adsense/answer/179887?hl=id)

Tugas 11.6

Pasanglah iklan adsense pada blog anda, aturlah letak iklan pada tempat strategis di blog anda, tuliskan langkah-langkahnya

Lembar Kerja 11.20

Langkah-langkah memasang iklan adsense di blog :

…………………………………………………………………………
…………………………………………………………………………
…………………………………………………………………………
…………………………………………………………………………
…………………………………………………………………………
…………………………………………………………………………
…………………………………………………………………………
…………………………………………………………………………
…………………………………………………………………………
…………………………………………………………………………
…………………………………………………………………………
…………………………………………………………………………
…………………………………………………………………………
…………………………………………………………………………
…………………………………………………………………………

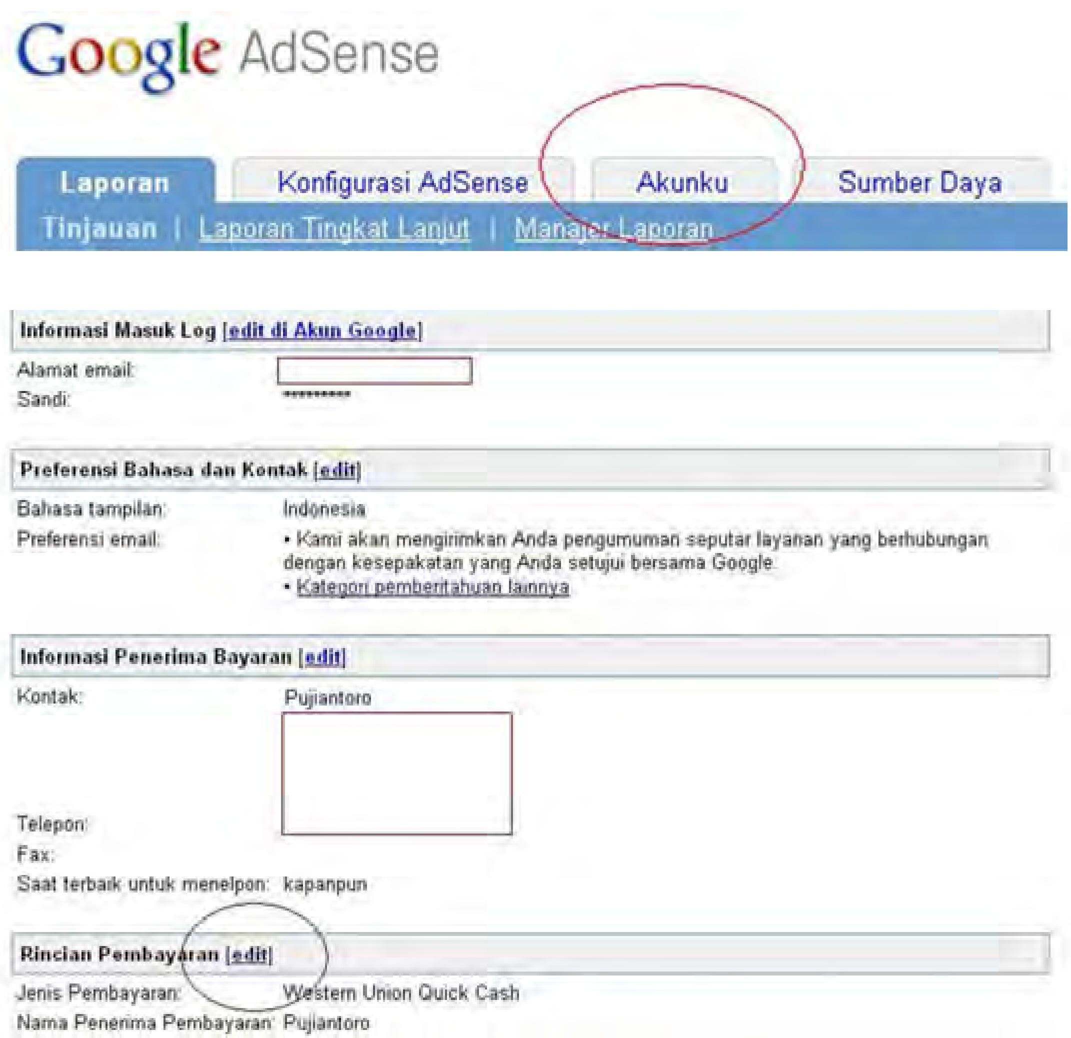
Cara Mencairkan Dollar Google Adsense

Jika anda sudah bergelut dengan dunia Adsense Google dan sudah mendapatkan dollar lebih dari 100$ maka akan butuh cara mencairkan dollar Google Adsense d)engan Western Union**.**

Mengapa lewat Western Union? Karena cara ini adalah cara mudah dan tidak banyak potongan jika dibanding dengan mencairkan Earning dollar google adsense melalui Cek yang harus menunggu berminggu-minggu dan juga cara mencairkan cek google adsense di bank dengan banyak potongan.

Berikut langkah-langkah cara mudah mencairkan earning Google Adsense dengan Western Union :

1. Ubah dahulu metode pembayaran anda dengan metode pembayaran menggunakan Western Union, untuk caranya pilih tab 'Akunku' dan pilih 'Pengaturan Akun' dan pilih tulisan 'Edit' pada 'Rincian Pembayaran'



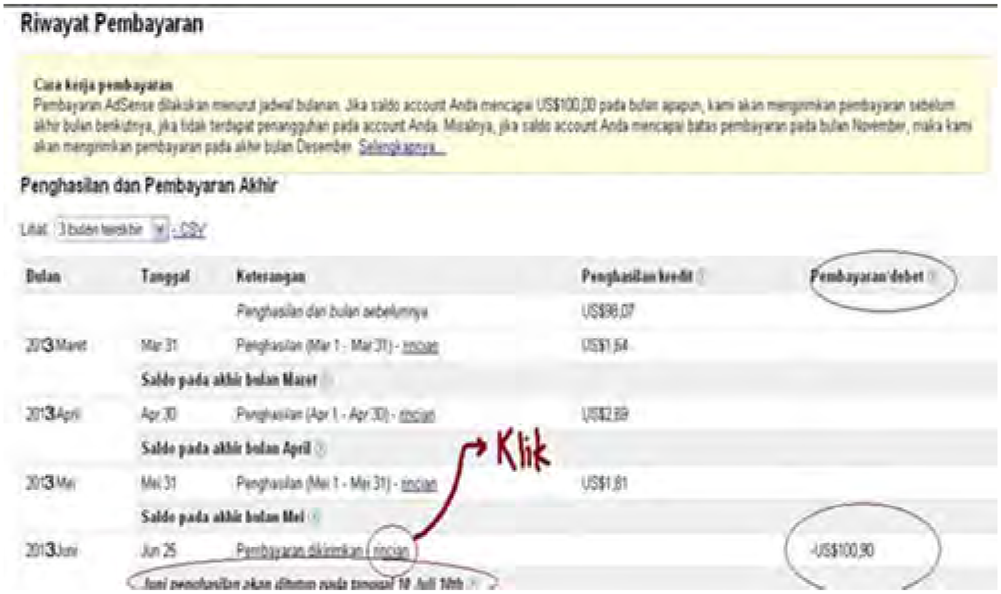
Gambar 11.26 Halaman edit cara pembayaran

2. Selanjutnya, akan keluar jendela pilihlah ‘Konfigurasi Western Union Quick Cash‘ lalu pilih tombol ‘Lanjut‘ dan simpan pengaturan setelahnya.



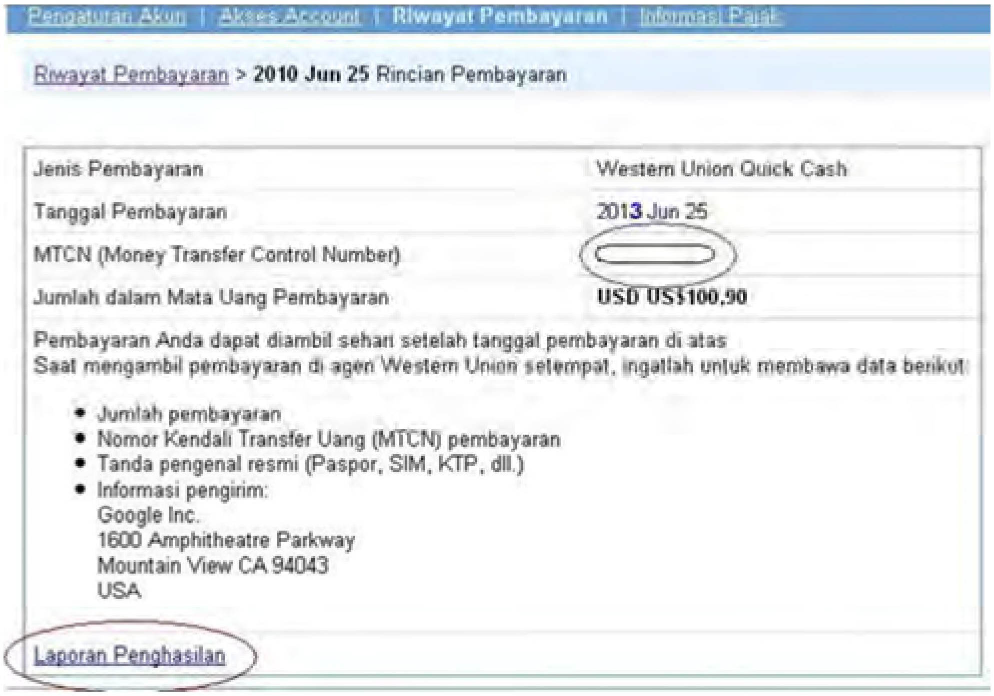
Gambar 11. 27 Halaman pilih bentuk pembayaran

3. Jika sudah melakukan setting pembayaran earning google adsense melalui Western Union, maka kembali ke Dashboard Adsense anda dan pilih tab ‘Akunku‘ kemudian pilih tulisan ‘Riwayat Pembayaran‘.



Gambar 11. 28 Halaman riwayat pembayaran

4. Jika jumlah earning sudah mencapai limit pembayaran yaitu lebih dari atau sama dengan 100 dollar, maka akan muncul riwayat pembayaran
5. Setelah pilih link Rincian, maka setelah kurang lebih 3 minggu setelah anda merubah cara pembayaran menjadi pembayaran earning google adsense melalui Western Union maka akan menghasilkan 10 digit yang disebut MTCN (Money Transfer Control Number).



Pengaturan Akun | Akses Account | **Riwayat Pembayaran** | Informasi Pajak

Riwayat Pembayaran > **2010 Jun 25** Rincian Pembayaran

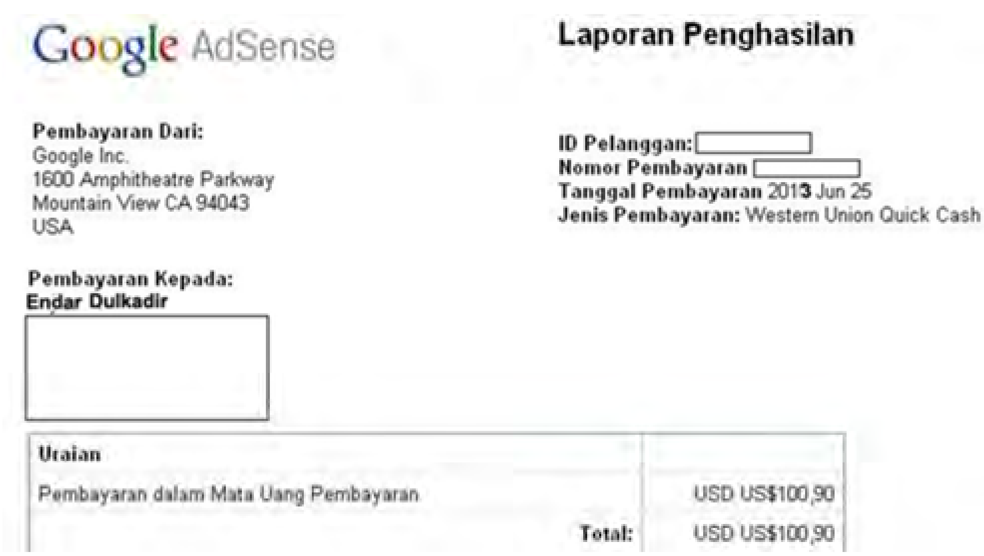
Jenis Pembayaran	Western Union Quick Cash
Tanggal Pembayaran	2013 Jun 25
MTCN (Money Transfer Control Number)	
Jumlah dalam Mata Uang Pembayaran	**USD US$100,90**

Pembayaran Anda dapat diambil sehari setelah tanggal pembayaran di atas
Saat mengambil pembayaran di agen Western Union setempat, ingatlah untuk membawa data berikut:

- Jumlah pembayaran
- Nomor Kendali Transfer Uang (MTCN) pembayaran
- Tanda pengenal resmi (Paspor, SIM, KTP, dll.)
- Informasi pengirim:
  Google Inc.
  1600 Amphitheatre Parkway
  Mountain View CA 94043
  USA

Laporan Penghasilan

Gambar 11. 29 Halaman rincian pembayaran



Google AdSense

Laporan Penghasilan

Pembayaran Dari:
Google Inc.
1600 Amphitheatre Parkway
Mountain View CA 94043
USA

ID Pelanggan:
Nomor Pembayaran
Tanggal Pembayaran 2013 Jun 25
Jenis Pembayaran: Western Union Quick Cash

Pembayaran Kepada:
Endar Dulkadir

Uraian	
Pembayaran dalam Mata Uang Pembayaran	USD US$100,90
Total:	USD US$100,90

Gambar 11. 30 Halaman laporan penghasilan

Cara mencairkan pembayaran google adsense di western union :

Setelah anda sudah mengetahui 10 digit nomor rahasia (MTCN), dan sudah mengetahui jumlah penghasilan anda, kini saatnya anda datang ketempat pengambilan uang yang berloggo 'Western Union'. Saya kira sudah tidak asing dan tidak sulit lagi untuk menemukan logo WU, bisa di kantor POS, Pegadaian, Bank, Indomart dan tempat-tempat yang melayani Quick Cash Western Union. Setelah anda menemukan gerai Western Union yang kira-kira anda sudah yakin, kini tinggal menyerahkan pada teller :

- Foto Kopi Indentitas (KTP , SIM atau lainnya)
- Materai 6000
- MTCN (Money Transfer Control Number)

Setelah itu, nanti anda akan diberi lembaran 'Penerimaan Uang' dan isilah sesuai yang diminta, jika ada kesulitan anda boleh bertanya dengan teller.

Opimalisasi Interface Adsense

Adsense telah menambahkan fitur baru dan menjadikan fitur yang ada lebih mudah digunakan sehingga anda dapat memaksimalkan penggunaan adsense, diantaranya :

- Laporan kinerja menyeluruh: Lihat statistik harian dalam format grafik, dan peroleh wawasan tentang kinerja menggunakan metrik baru yang memberikan detail tentang jumlah penghasilan Anda dari berbagai jenis iklan, ukuran iklan, jenis penargetan, dan lain-lain.
- Pemeliharaan akun lebih cepat: Adsense telah menyederhanakan proses untuk beberapa tugas umum guna membantu penyelesaian Anda dengan cepat. Jika Anda memperbarui informasi kontak atau mengedit beberapa unit iklan bersamaan, Anda akan mendapati bahwa tugas jenis ini memerlukan klik dan navigasi akun lebih sedikit daripada sebelumnya.
- Link bantuan yang menonjol: Kini ada konten bantuan yang tersedia di setiap halaman, supaya Anda dapat menemukan jawaban terhadap pertanyaan dengan cepat sambil bernavigasi melalui akun.
- Akses lebih mudah pada sumber daya daring: Kunjungi halaman sumber daya yang dirancang ulang, di situ Anda dapat menemukan konten

terbaru dari blog tentang seluk beluk AdSense, fasilitas YouTube, dan akun Twitter adsense, semua dalam akun milik Anda.

- Fitur yang telah berganti nama: adsense telah memperbarui nama beberapa fitur di akun, sebagai upaya untuk menguraikan tujuan mereka dengan lebih jelas. Sementara adsense berharap nama baru lebih intuitif, jika Anda belum mengerti apa yang mereka lakukan, anda dapat mengklik link bantuan di halaman sisi sebelahny.

Beberapa hal yang belum berubah

Dengan semua penyempurnaan pada AdSense, Anda mungkin ingin tahu apakah semuanya dalam program berbeda. Beberapa hal tetap adsense pertahankan:

- Pembayaran: Metode dan jadwal pembayaran belum berubah.
- Kode iklan: Anda tidak perlu memperbarui kode di halaman, dan proses penambahan kode pada situs tetap sama.
- Penargetan iklan: Iklan akan tetap dicocokkan dengan halaman seperti sebelumnya.

C. Rangkuman

- Blog merupakan singkatan dari web log adalah bentuk aplikasi web yang menyerupai tulisan-tulisan (yang dimuat sebagai posting) pada sebuah halaman web umum, Tulisan-tulisan ini seringkali dimuat dalam urut terbalik (isi terbaru dahulu baru kemudian diikuti isi yang lebih lama), meskipun tidak selamanya demikian, Situs web seperti ini biasanya dapat diakses oleh semua pengguna Internet sesuai dengan topik dan tujuan dari si pengguna blog tersebut.
- Berikut beberapa penyedia blog gratis yang dapat anda coba, diantaranya: Blogger.com, WordPress.com , Blogsome.com, multiply.com, Livejournal.com, Blogetery.com, Edublogs.org
- Syarat utama sebelum Anda membuat blog adalah memiliki alamat email yang masih aktif
- AdSense adalah program kerjasama periklanan melalui media Internet yang diselenggarakan oleh Google. Melalui program periklanan AdSense, pemilik situs web atau blog yang telah mendaftar dan disetujui keanggotaannya diperbolehkan memasang unit iklan yang bentuk dan materinya telah ditentukan oleh Google di halaman web mereka. Pemilik situs web atau blog akan mendapatkan pemasukan berupa pembagian keuntungan dari Google untuk setiap iklan yang diklik oleh pengunjung situs, yang dikenal sebagai sistem pay per click (ppc) atau bayar per klik.
- Selain menyediakan iklan-iklan dengan sistem bayar per klik, Google AdSense juga menyediakan AdSense untuk pencarian (AdSense for Search) dan iklan arahan (Referral).
- Cara mendaftar Adsense : Mengirimkan permohonan, Verifikasi Permohonan Anda dari Adsense, Tempatkan iklan di situs anda, Meninjau akun anda untuk persetujuan, Akun di setujui.
- Menempatkan iklan di Blog terdapat pada lokasi Sidebar yaitu di sidebar baik di kiri, di kanan, dan di bawah halaman (Footer).
- Ada 2 cara untuk memasangnya, yaitu dengan memakai edit html dan melalui Plugin

Google Adsense hanya mengizinkan 3 iklan dalam 1 halaman, tetapi Anda dapat menambahkan dengan program Affiliasi yang lain ataupun PPC yang lain selama tidak melanggar TOS (Term of Service) Google Adsense

Cara mencairkan dollar Google Adsense dengan menggunakan Western Union karena cara ini adalah cara mudah dan tidak banyak potongan

D. Test Formatif

1. Apa yang dimaksud dengan blog
2. Apa yang dimaksud dengan Adsense
3. Bagaimana cara mendapat persejutujuan dari goolge adsense
4. Situs apa saja yang menyediakan layanan membuat blog

E. Kunci Jawaban

1. Blog merupakan singkatan dari web log adalah bentuk aplikasi web yang menyerupai tulisan-tulisan (yang dimuat sebagai posting) pada sebuah halaman web umum, Tulisan-tulisan ini seringkali dimuat dalam urut terbalik (isi terbaru dahulu baru kemudian diikuti isi yang lebih lama), meskipun tidak selamanya demikian, Situs web seperti ini biasanya dapat diakses oleh semua pengguna Internet sesuai dengan topik dan tujuan dari si pengguna blog tersebut.
2. AdSense adalah program kerjasama periklanan melalui media Internet yang diselenggarakan oleh Google. Melalui program periklanan AdSense, pemilik situs web atau blog yang telah mendaftar dan disetujui keanggotaannya diperbolehkan memasang unit iklan yang bentuk dan materinya telah ditentukan oleh Google di halaman web mereka. Pemilik situs web atau blog akan mendapatkan pemasukan berupa pembagian keuntungan dari Google untuk setiap iklan yang diklik oleh pengunjung situs, yang dikenal sebagai sistem pay per click (ppc) atau bayar per klik.
3. Cara mendaftar Adsense : Mengirimkan permohonan, Verifikasi Permohonan Anda dari Adsense, Tempatkan iklan di situs anda, Meninjau akun anda untuk persetujuan, Akun di setujui.

4 Situs penyedia blog gratis yang dapat anda coba, diantaranya: Blogger.com, WordPress.com , Blogsome.com, multiply.com, Livejournal.com, Blogetery.com, Edublogs.org

KEGIATAN BELAJAR 12

STRATEGI PEMASARAN ONLINE

A. TUJUAN PEMBELAJARAN

1. Melakukan riset pasar dan pesaing secara on-line
2. Menyusun strategi yang menarik untuk calon pelanggan
3. Membuat konten pemasaran yang mampu menarik minat pelanggan
4. Membina hubungan yang baik dengan pelanggan melalui berbagai media
5. Menyusun strategi dalam memperoleh pendapatan dan keuntungan

B. URAIAN MATERI

1. Riset pasar dan kompetitor on-line

Keberlangsungan sebuah usaha. Secara sederhana riset pemasaran adalah suatu proses mengumpulkan informasi secara sistematis mengenai pemasaran dan seluk beluknya. Informasi ini, nantinya akan menghasilkan kumpulan info dan insight untuk memutuskan rencana pemasaran yang akan dilakukan.

Tujuan dari riset pemasaran ialah membantu pengambilan keputusan, peningkatan produk, dan mengurangi risiko kegagalan. Banyak tipe riset, tapi yang dasar: primer vs sekunder dan kuantitatif vs kualitatif.

Riset sekunder: kita mengambil data yang sudah ada, misal dari perpustakaan dan internet. Riset jenis ini lebih murah dan lebih cepat. Kelemahannya, kita kesulitan mencari data dan seringkali tidak aktual sehingga tidak relevan dengan kondisi saat ini.

Untuk riset primer, kita ambil data langsung ke target riset kita, konsumen atau responden. Kelebihan riset jenis ini ialah lebih aktual, bisa customized, tapi lebih mahal dan memakan waktu.

Sementara untuk riset kuantitatif adalah adanya kuesioner (bentuknya numbering) yang bersifat statistik. Sedang riset kualitatif bisa dilakukan dengan grup diskusi, observasi, dan interview.

Riset Pemasaran berperan sebagai dasar penyusunan strategi dan taktik pemasaran, dimana harus didukung dengan data yang akurat, relevan, terpercaya, obyektif dan tepat waktu, sehingga manajemen perusahaan dapat merencanakan dan melaksanakan dengan baik berbagai aspek pemasaran, seperti pengembangan produk dan merk, penentuan harga, pendistribusian produk dan komunikasi pemasaran terintegrasi.

Riset pemasaran menurut Malhotra (1996) merupakan identifikasi, pengumpulan, analisis dan penyebarluasan informasi secara sistematis dan obyektif dengan tujuan untuk membantu manajemen dalam pengambilan keput usan berkaitan dengan identifikasi dan pemecahan masalah dan peluang dalam bidang pemasaran.

Riset pemasaran menurut Siswanto Sutoyo dalam bukunya “Manajemen Pemasaran untuk Eksekutif Non-Pemasar adalah Kegiatan sistematis untuk mengumpulkan, mengelola dan menganalisis data yang bersangkutan dengan berbagai macam problem pemasaran yang sedang dihadapi perusahaan.

Bagi perusahaan atau kelompok usaha yang telah berkecimpung dalam dunia pemasaran yang telah memanfaatkan jaringan internet maupun konvensional, tentu menjadikan riset sebagai salah-satu langkah penting, karena;

- Merupakan cara yang efektif untuk menentukan produk atau layanan yang layak jual.
- Merupakan sarana manajemen yang efektif dan efisien.
- Merupakan sarana yang baik secara metodologi dan statistik.
- Merupakan proses ilmiah yang bersifat netral dan memberikan hasil yang tidak bias/valid.

Kegiatan riset pemasaran sangat penting bagi para pengambil keputusan, walaupun hasil riset pemasaran tidak sepenuhnya menghasilkan keputusan yang sesuai harapan, hal ini dikarenakan berbagai hal berikut :

- Walaupun dilakukan secara profesional dan hati-hati hasil riset pemasaran masih tetap mengandung resiko kesalahan.
- Sebaik apapun riset pemasaran dilakukan, ia tidak mampu memperkirakan perkembangan pasar masa depan dengan penuh kepastian.
- Disamping mempergunakan hasil temuan riset sebagai bahan masukan, untuk memutuskan strategi yang akan diterapkan hendaknya dipertimbangkan juga pengetahuan dan pengalaman lain yang berkaitan dengan kondisi pasar terutama pasar on-line..
- Perilaku konsumen yang cenderung terpengaruh pada indahnya penawaran melalui media gambar maupun video, walaupun kualitas produk belum dibuktikan.

Kegunaan Riset

- ✓ **Untuk meningkatkan kualitas dari pengambilan keputusan**
- ✓ **Mencari masalah (trace problems)**
- ✓ **Fokus dalam memelihara keberadaan konsumen**
- ✓ **Untuk mengetahui setiap perubahan dalam lingkungan pemasaran**

Kriteria Riset Pemasaran

Dalam melakukan riset pemasaran, perlu memperhatikan kriteria sebagai berikut;

a. Relevan

Menghasilkan informasi yang dibutuhkan untuk merespon tantangan atau menyelesaikan masalah pemasaran yang dihadapi perusahaan.

b. Tepat Waktu

Hasil penelitian selesai tepat pada waktu yang telah direncanakan sebelumnya.

c. Efisien

Setiap riset pemasaran harus memberikan nilai tambah lebih besar dari pada biaya yang telah dikeluarkan.

d. Obyektif

Agar riset mampu menghasilkan kualitas informasi yang baik, sehingga kesalahan interpretasi dapat diminimalisir atau bahkan dihindari.



Gambar 12.1 : Kriteria Riset Pemasaran

Tugas 12.1 : (kerjakan di lembar kerja, kumpulkan di pertemuan berikutnya)

1) Sebutkan penyebab pengambilan keputusan yang tidak sesuai dengan hasil survey.
2) Sebutkan kegunaan dari riset pemasaran selain yang disebutkan dalam materi ini.

Lembar Kerja 12.1.

Hasil Survey	Pengambilan Keputusan	
	Keputusan	Penyebab

Lembar Kerja 12. 2

No	Fungsi Riset Pemasaran

2. Strategi menarik calon pelanggan

Menjalankan usaha dengan lancar dan berhasil mendapatkan pelanggan yang prospektif tentu menjadi impian besar bagi para pelaku usaha. Baik usaha kecil, usaha menengah, maupun perusahaan besar membutuhkan keberadaan pelanggan sebagai salah satu sumber pendapatan yang mendatangkan untung besar setiap bulannya.

Pelanggan merupakan bagian penting dalam pemasaran, maka memberikan perhatian kepada para pelangganm merupakan satu keharusan bagi para pemasar. Strategi yang harus dilakukan untuk menarik perhatian pelanggan, adalah dengan menawarkan harga yang bersaing, menciptakan dan menawarkan produk-produk baru, melakukan promosi dengan berbagai media (teks, audio, gambar, dan video), memperhatikan mereka dengan memberikan layanan khusus, seperti keanggotaan dalam toko online anda.

Nah, untuk membantu para pelaku penjualan online dalam mendapatkan perhatian dan kepercayaan dari calon konsumennya. Berikut ini beberapa poin penting yang perlu kita perhatikan agar strategi pemasaran yang digunakan berhasil memikat para konsumen.

- Penawaran harga yang bersaing

Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi sukses tidaknya pemasaran sebuah produk. Oleh karena itu kita mengenal istilah *pricing strategy* atau strategi harga dalam pemasaran. Pengemasan dan pengelolaan harga produk yang jitu dapat menggugah minat seseorang untuk membeli produk yang ditawarkan.

Contoh : Saat ingin membeli tas baru di sebuah pusat perbelanjaan, anda dihadapkan pada dua buah toko yang sama-sama menjajakan tas. Toko yang satu menawarkan koleksi tasnya di dalam rak displai tanpa label harga. Sementara toko yang satu lagi menambahkan display harga dan mengelompokkan koleksi tasnya sesuai model dalam pemberian harga. Anda pasti akan cenderung menghampiri toko yang memiliki display harga karena anda akan lebih mudah membandingkan budget belanja dengan selera anda, ketimbang memilih toko yang satu lagi.

Secara praktis, *pricing strategy* dapat dijelaskan sebagai cara pemasar bermain-main dengan angka (baca: harga produk) untuk menarik minat beli calon pembelinya. Hal-hal yang dapat mempengaruhi pricing strategy antara lain kelas ekonomi sasaran penjualan, gaya hidup masyarakat, produk yang ditawarkan, dll.

Berikut beberapa strategi penetapan harga (*pricing strategy)* yang diterapkan oleh para pemasar.

1. Menambahkan hadiah.

Kata “gratis” bisa menjadi kata sakti untuk menarik pembeli. Pernahkah anda melihat pemilik toko mencantumkan promo di balik etalase tokonya seperti ini, “Beli dua gratis satu!” atau iklan sejenis itu. Strategi seperti ini cukup mumpuni diterapkan apalagi masyarakat kita memang doyan dengan gratisan. Sebagai contoh, ketimbang memasang label harga Rp 8.000, per botol seorang pedagang minuman memilih menaikkan harganya menjadi Rp 12.000 per botol, namun pembeli mendapat gratis satu botol setiap pembelian dua buah botol. Harga jual untuk tiga buah botol minuman seharga Rp 8.000,- per botol sama dengan harga jual dua botol minuman seharga Rp 12.000,- per botol. Keuntungan yang diperoleh pedagang adalah dengan pembelian paketan misalnya beli dua atau kelipatannya sekaligus, minumannya lebih cepat terjual. Kalaupun ada pembeli yang membeli satuan, margin keuntungannya lebih tinggi dibanding harga normal.

2. Diskon

Selain gratisan, kata diskon juga cukup menarik perhatian calon pembeli. Semestinya diskon atau pemotongan harga terjadi pada momen-momen tertentu saja. Misalnya saat cuci gudang, atau ada promo penawaran produk baru. Apabila ada toko yang menawarkan diskon terus menerus walaupun musim sudah berganti beberapa kali, berarti kemungkinan pemilik toko menerapkan strategi harga barangnya sudah dinaikkan terlebih dahulu lalu dibuat diskon supaya harga kelihatan lebih menarik. Namun cara ini tetap efektif dilakukan.

3. Menegaskan harga

Strategi ini cocok digunakan masyarakat yang lebih memilih produk *low end*. Memang sebagian masyarakat kita masih cenderung melihat nominal harga terlebih dahulu sebelum mengecek kualitas produknya. Contohnya: "Nasi Campur Komplit, cuma Rp 15.000!". Atau bila produk yang ditawarkan terdiri dari beberapa varian harga, iklannya seperti ini "Sedia aneka helm mulai dari Rp 40.000,- !!" Walaupun helm yang berharga Rp 40.000 adalah helm berkualitas paling jelek di tempat itu, tapi orang-orang yang kebetulan melintas mungkin akan singgah sejenak karena angka Rp 40.000 tadi. Dengan semakin banyaknya calon pembeli yang mampir, semakin tinggi pula peluang terjadinya transaksi.

Beberapa *department store* malah berani menegaskan harga secara atraktif bila memang dagangannya untuk item tertentu lebih murah dibanding harga pada kompetitornya.

4. Mempercantik harga

Kalau pada strategi sebelumnya harga produk diberi 'penegasan', pada strategi ini harga dipermak sedemikian rupa agar harga lebih *eye catching* di mata calon pembeli. Contoh, ketimbang memasang label harga Rp 10.000,- per item, seorang pedagang mungkin lebih memilih mencantumkan harga Rp 9.999, per item. Kesan awal yang ditangkap calon pembeli adalah harga lebih murah. Contoh lain, ketimbang melihat promo "Lemari es dua pintu, hanya Rp 1.750.000," seorang pembeli mungkin lebih tertarik dengan promo "Lemari es

dua pintu, hanya Rp 1,75 juta" harga kelihatan lebih menarik atau lebih *simple* bukan?

Pada umumnya pembeli akan mencari alternatif harga yang lebih murah. Sehingga seorang pemasar sebelum menetapkan *pricing strategy* untuk produknya tetap harus melihat perkembangan harga pada kompetitornya.

Namun ada pula beberapa produk yang lebih menarik minat pembeli apabila harganya dinaikkan (*price skimming*). Dengan harga yang semakin tinggi justru produk tersebut semakin seksi. *Price skimming* ini berlaku untuk produk yang langka dan berkelas seperti misalnya arloji analog yang bertahtakan batu mulia dan

- Penawaran produk unik

Salah satu daya tarik bagi para konsumen adalah apabila produk yang Anda tawarkan memiliki nilai lebih dan terlihat lain daripada yang lain (unik). Keunikan itulah yang biasanya menarik perhatian konsumen, sehingga mereka yang awalnya tidak membutuhkan produk tersebut menjadi berminat membeli setelah mereka mengetahui keunikan dan nilai lebih yang ditawarkan.

Dalam penawaran produk, pelaku usaha perlu melakukan inovasi produk-produknya, sebagaimana yang sering dilakukan oleh perusahaan yang mengiklankan produk baru di media televise, dan disertai dengan penawaran harga dengan cara cicilan tanpa bunga.

- Promosi melalui berbagai media

Dalam melakukan pemasaran anda perlu menyusun strategi promosi untuk mendatangkan banyak konsumen. Anda bisa mulai memikirkan strategi promosi sesuai dengan jangkauan pengiriman anda tentang produk-produk yang anda tawarkan, baik untuk zona lokal maupun nasional hingga internasional, terutama sekali jika anda memasarkan produk-produk yang tidak atau kurang mengandalkan perusahaan jasa pengiriman, misalnya; anda menjual e-book yang tentu dapat anda lakukan cukup dengan memberikan alamat pengunduhan dengan disertai otorisasi login akun pengguna dan password untuk para pembeli produk ebook anda. Dalam promosi lokal bisa anda lakukan dengan membagikan brosur, pamflet maupun poster di sekitar

lokasi usaha. Sedangkan untuk pemasaran nasional dan internasional bisa memanfaatkan jaringan internet sebagai media promosi yang cukup efektif. Semakin luas jangkauan promosi yang anda ciptakan, maka semakin besar pula peluang anda untuk mendatangkan konsumen sebanyak-banyaknya.

Penerapan cara menarik atau mempengaruhi konsumen datang ketoko dengan tulisan promo jitu ini dilakukan bukannya tanpa alasan. Berikut beberapa pertimbangan dari cara menarik serta mempengaruhi konsumen dengan tulisan promosi jitu.

Promosi dalam bentuk tulisan cenderung mudah diterima calon konsumen.

Tulisan atau kata Promosi dengan isi yang bertema trend situasi atau keadaan pada waktu bersangkutan, Akan cenderung diperhatikan dan berpeluang mempengaruhi orang yang akhirnya akan penasaran lebih banyak. Sehingga untuk masuk ketoko atau datang kecounter sangatlah besar.

Berikut Contoh Tulisan Iklan Atau Promosi Menarik dengan tema trend situasi pada saat tertentu perhatian pembeli.

- Yang pertama adalah contoh iklan promosi dalam bentuk banner untuk menarik konsumen agar mau datang website e-commerce anda dengan menampilkan tema yang saat itu sedang atau akan menyambut lebaran.



Gambar 12.2 : Contoh Spanduk Untuk Menarik Pembeli

- Yang kedua ini merupakan contoh iklan promosi untuk menarik pembeli dengan menggunakan tema trend produk yang digunakan oleh para

selebritis atau artis, namun perlu diperhatikan penggunaan nama arti kemungkinan akan terkena sanksi atau denda oleh pemiliknya.



Gambar 12.3 : Contoh Spanduk Isi Sesuai Trend Situasi

Awal dari kegiatan penjualan dengan menggunakan toko adalah mempengaruhi calon pembeli atau konsumen mau datang dan masuk ketoko, Dan untuk usaha ini diperlukan cara dan strategi yang baik. Banyak strategi yang telah diterapkan oleh penjual agar pembeli tertarik untuk datang dan masuk ketoko yang dikelolanya, Diantaranya dengan memberi diskon besar atau dengan memberi hadiah.

Dan salah satu cara untuk menarik calon pembeli adalah dengan memasang spanduk promosi, Spanduk promosi ini bisa dipasang dipinggir jalan ataupun didepan toko. Spanduk promosi disini dengan tulisan yang bertemakan trend yang terjadi pada saat bersangkutan. Hal ini dilakukan dengan dasar utama bahwa tema yang sedang trend akan lebih diperhatikan calon pembeli atau Masyarakat umum.

- Pemeliharaan hubungan baik

Dari semua poin yang telah kita bahas, poin keempat merupakan salah satu hal yang paling sulit diwujudkan para pemasar, terutama dibidang penjualan dan pemasaran online. Pemeliharaan layanan kepada para konsumen sering diabaikan para pelaku usaha, sehingga loyalitas yang terbangun antara konsumen dan pelaku pasar masih belum kuat. Pastikan hal tersebut tidak Anda abaikan, agar loyalitas konsumen semakin besar dan produk yang Anda ciptakan mendapatkan tempat tersendiri di hati para pelanggan.

Tugas 12.2 (kerjakan di kertas anda, kumpulkan di hari berikutnya)

Pilih salah-satu cara terbaik mempengaruhi pelanggan yang disebutkan dalam materi ini dan diskusikan alasannya bersama teman anda.

Lembar Kerja 12.3

No	Produk	Pengaruh

3. Membuat konten yang menarik

Tampilan website e-commerce yang menarik dilihat dan mudah diingat oleh pengujung, merupakan satu strategi yang perlu diperhatikan bagi para pengelola penjualan online. Karena penampilan situs dengan tata letak (layout) halaman web dan penataan tampilan produk, sangat mempengaruhi perhatian dan kunjungan pelanggan dan atau pencari informasi barang dagangan yang anda tawarkan dalam penjualan online.

Berikut ini adalah beberapa contoh yang layak kita perhatikan dalam menyusun tampilan produk dalam penjualan online. Walaupun tampilan menarik (eye-catchy) dari situs e-commerce itu sangat dipengaruhi oleh cara pandang dan kesukaan setiap pelanggan berdasarkan selera masing-masing.

Namun paling tidak ada beberapa prinsip yang harus diperhatikan dalam hal tampilan menarik dari setiap produk penjualan online.

8 PRINSIP DESAIN TAMPILAN

1) **Pahami Calon Pelanggan**
2) **Singkat itu lebih baik**
3) **Gunakan Warna dengan bijaks**
4) **Tetap Konsisten**
5) **Bantulah Pelanggan**
6) **Akui Prestasi Pelanggan**
7) **Ujicoba berulang**
8) **Jangan menyerah**

Beberapa contoh situs e-commerce Eye-Catchy



Gambar 12.4 : http://www.keedo.co.za



Gambar 12.5 : http://rediswhite.com



Gambar 12.6 : http://www.kucari.com



Gambar 12.7 : http://www.lazada.co.id



Gambar 12.8 : http://www.shoon.com



Gambar 12.9 : http://www.dogcollars.ca



Gambar 12.10 : http://www.cellyshop.cz



Gambar 12.11 : http://www.brandneusense.com



Gambar 12.12 : http://www.rakuten.co.id



Gambar 12.13 : http://www.barrybenka.com

Tugas 12.3

1. Sebutkan prinsip desain eye-catchy, selain yang tersebut dalam bab ini
2. Pilih salahsatu desain situs e-commerce yang anda sukai, kemudian berikan komentar anda tentang situs tersebut.

Lembar Kerja 12.4 :

No	Prinsip Desain - Eye Catchy

Lembar Kerja 12.5 :

No	Nama Produk	Komentar

4. Membina hubungan baik dengan pelanggan melalui berbagai media

Bagi seorang *startup entrepreneur* ataupun *studentpreneur* yang baru memulai bisnis, seringkali tugas kita sebagai pemimpin bisnis juga merangkap berbagai macam hubungan teknis, seperti *sales* yang langsung bertatap muka dengan pelanggan dan menjual produk kita secara langsung. Umumnya kita

hanya fokus bagaimana agar kita bisa melakukan *closing* sebanyak mungkin. Tetapi, *closing* perlu diiringi dengan pembelian yang terus berulang *repeat order,* dan salah satu cara yang bisa digunakan adalah membangun hubungan dengan pelanggan atau biasa disebut dengan *customer relation management (CRM)*.

Sebagai seorang pemiliki bisnis atau *entrepreneur,* sudahkah anda membangun hubungan yang baik dengan pelanggan anda?

Begitu banyak pelaku penjualan, menjual produknya, namun ada trik sederhana agar anda bisa menjaga loyalitas dan membangun hubungan dengan pelanggan dan membuat anda menjadi seorang *recommended seller* atau *remarkable seller*. Sangat sederhana, yaitu melakukan konfirmasi pembelian.

Tips sederhana yang bisa membangun hubungan dengan pelanggan serta dampak positif yang akan diterima:

Saat kita sedang bertatap muka langsung, maka posisikan diri kita bukan sebagai 'penjual', namun sebagai seseorang yang mampu memecahkan masalah dari orang yang sedang kita tangani. Maka, sangat penting untuk mengetahui seluruh aspek produk dan di mana letak diferensiasinya. Jika Anda menjual TV, maka Anda perlu tahu mana TV yang bisa memenuhi kebutuhan khusus.

1. Setelah orang tersebut membeli produk kita (di mana membeli produk kita berarti kita menyelesaikan masalah mereka), jaminlah bahwa kita siap dihubungi sebagai bentuk komitmen *after sales.*
2. Melakukan konfirmasi pembelian, saat pelanggan sudah membeli produk kita, akan lebih baik dan bernilai tambah saat kita mencoba berinisiatif menghubungi pelanggan, bertanya apakah semua baik-baik saja, dan bila tidak, hal apakah yang bisa kita bantu.
3. Membuat pelanggan merasa nyaman dan diperhatikan betul-betul sebagai seorang pelanggan.

Poin nomor 1 dan 2 umumnya adalah hal yang bisa Anda lakukan untuk melakukan *closing sales,* namun poin 3 tersebut diatas yang lebih penting karena membuat pelanggan merasa nyaman dan diperhatikan. Inisiatif nomor tiga ini seringkali digunakan untuk strategi *repeat order* oleh para pemasar, dengan bertanya kepada klien apa kabar mereka, dan apa yang bisa kita bantu lagi untuk membuat mereka lebih baik.

Tips menjaga hubungan pelanggan:

Cobalah telpon atau hubungi pelanggan anda minimal setelah 48 jam pembelian. Tanyakan apa kabarnya dan apakah ada yang bisa kita bantu? Pastikan semua berjalan dengan baik dan berjalan sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Membangun hubungan dan relasi dengan pelanggan tidaklah sulit. Dengan modal telpon atau bahkan dengan *chatting* sekalipun, kita dapat membuat hubungan menjadi dekat dengan pelanggan.



http://www.yamaha.co.id

Gambar 12.14 : Contoh bentuk perhatian pengusaha kepada pelanggan

10 cara membangun hubungan

1. Ciptakan kesan pertama yang luar biasa
2. Sebagai komunikator, jangan gunakan kata-kata yang rumit dan panjang
3. Tetap tersenyum
4. Sedia untuk memberikan bantuan
5. Gunakan kata-kata yang positif
6. Berbicaralah dengan antusias
7. Biarkan mata Anda berbicara
8. Ketulusan
9. Jaga emosi
10. Sikap kita



http://www.wartawirausaha.com
Gambar 12.15 : Contoh bentuk perhatian penjual kepada pembeli

Tugas 12.4

1. Diskusikan dengan temanmu di kelas, untuk menemukan cara berbicara / berkomunikasi yang baik dengan pelanggan.
2. Berdasarkan cara yang anta temukan, lakukan simulasi antara sebagai penjual dan teman anda sebagai pelanggan untuk berbicara cara yang terbaik.

Lembar Kerja 12.6 :

No	Nama Produk	Cara Berkomunikasi

Petunjuk Kerja 12.6:

Bentuklah kelompok dengan temanmu untuk melakukan / men-simulasi-kan komunikasi antara penjual dan pembeli, dengan produk yang anda tentukan dengan teman anda !

5. Strategi memperoleh pendapatan dan keuntungan

Kunci utama keberhasilan dalam berbisnis adalah“strategi pemasaran”. Alasan pertama kenapa bisnis gagal adalah karena tidak menghasilkan uang cukup. Dan alasan mengapa tidak membuat cukup uang adalah bahwa banyak perusahaan kurang memahami dan mempraktekkan “strategi pemasaran” yang efektif. Salah satu hasil yang diharapkan dari strategi memasarkan produk adalah untuk menguntungkan perusahaan dan para pemilik saham. Perusahaan harus fokus pada strategi dan operasi dalam memahami dan memenuhi kebutuhan pelanggan karena dengan cara yang lebih unggul dari para pesaing maka prospek akan bertambah, kemudian penjualan meningkat tajam, dan akhirnya keuntungan dapat mengalir seiring dengan melonjaknya penjualan yang tentunya harus juga diikuti dengan menjaga kualitas produk agar tetap dalam kondisi terbaik, teruma dari para pesaing dari produsen sejenis.

Berikut ini adalah langkah-langkah meraihnya :

Langkah 1 : Temukan pasar ceruk (niche market) – Gunakan alat penelitian seperti google keyword tool untuk mencari pasar ceruk yang lapar yang berkeinginan untuk membeli produk atau jasa anda.

Langkah 2 : Tulis surat penawaran penjualan yang menarik – Menulis kalimat penjualan sehingga membawa pengunjung melakukan proses penjualan dengan cepat

Langkah 3: Buatlah website penjualan atau toko online anda dengan menggunakan desain situs yang sederhana, navigasinya mudah/tidak membingungkan, dan gampang di otomatisasi.

Langkah 4 : Gunakan Strategi SEO sehingga mesin pencari dapat dengan mudah menemukan situs Anda.

Langkah 5 : Gunakan strategi seperti penulisan artikel marketing yang berisi tentang benefit dari produk atau jasa anda untuk mendapatkan trafik gratis.

Langkah 6: Gunakan email newsletter untuk mendapatkan lebih banyak penjualan – Bangun daftar pelanggan melalui ezine sehingga membuat banyak orang mau mendengar anda, sehingga anda nantinya dapat meyakinkan mereka untuk membeli lagi di kesempatan lain

Langkah 7: Tawarkan produk pendukung lainnya kepada para pelanggan Anda – Jika pembeli anda puas, maka mereka akan terus membeli produk-produk dari rekomendasi anda

Langkah 8: Jalankan program Affiliasi supaya orang lain mau menjadi tenaga penjual untuk menjual produk/jasa di situs Web mereka. Anda akan membayar mereka setiap mereka berhasil menjualkan produk anda

Langkah 9: Kembangkan bisnis Anda – Dengan membuat produk-produk baru yang saling berkait untuk memperbanyak pendapatan Anda.

Langkah 10: Bawa pengunjung kembali ke situs anda, karena anda memberikan informasi, strategi atau update terbaru dari produk/jasa yang telah anda tawarkan

Meskipun langkah-langkah tersebut bertujuan untuk dapat meraih keuntungan dari pemasaran online melalui bisnis e-commerce, namun jangan sampai meninggalkan prinsip-prinsip kejujuran dalam menyampaikan informasi tentang kualitas produk yang sebenarnya. Karena jika kita tidak memperhatikan kualitas produk yang kita jual, maka para pelanggan akan merasa kecewa dan akibatnya dapat kita pastikan, bahwa mereka akan meninggalkan situs e-commerce kita dan selanjutnya akan meninggalkan produk yang kita tawarkan. Dan yang lebih parah dari kejadian tersebut adalah keaktifan dari pelanggan untuk menyampaikan kekecewaannya kepada relasi dan teman-temannya, maka kita bisa bayangkan apa kejadian selanjutnya, yaitu akan semakin banyak calon pelanggan yang hilang atau memutuskan hubungan dengan usaha kita.

Informasi yang tidak sesuai dengan kualitas produk akan mengakibatkan kehancuran usaha e-commerce yang telah kita perjuangkan sejak lama dan mungkin juga telah menyita waktu dan biaya yang kita keluarkan sejak persiapan hingga proses usaha dapat berjalan hingga beberapa dekade.



Gambar 12.16 : Contoh virtualisasi pembayaran melalui internet

Tugas 12.5

1. Sebutkan langkah-langkah mendapatkan penghasilan dari penjualan online.

Lembar Kerja 12.7 :

No	Nama Produk	Cara Meningkatkat Pendapatan

C. Rangkuman

1. Keguanaan riset pemasaran adalah; Untuk meningkatkan kualitas dari pengambilan keputusan, Mencari masalah (trace problems), Fokus dalam memelihara keberadaan konsumen, Untuk mengetahui setiap perubahan dalam lingkungan pemasaran.
2. Dalam melakukan riset pemasaran, perlu memperhatikan kriteria, antara lain; Relevan, Tepat Waktu, Efisien dan Obyektif
3. Agar riset mampu menghasilkan kualitas informasi yang baik, sehingga kesalahan interpretasi dapat diminimalisir, maka para pelaku pemasaran perlu melakukan penawaran harga yang bersaing, penawaran produk unik, promosi melalui berbagai media, pemeliharaan hubungan baik dengan para pelanggan.
4. Trik sederhana agar anda bisa menjaga loyalitas dan membangun hubungan dengan pelanggan dan membuat anda menjadi seorang *recommended seller* atau *remarkable seller*. Sangat sederhana, yaitu melakukan konfirmasi pembelian**.**
5. Menjaga hubungan baik dengan pelanggan; dengan cara menciptakan kesan pertama yang luar biasa untuk pelanggan anda, komunikasikan dengan cara sederhana dan jangan gunakan kata-kata yang rumit dan panjang, tetaplah memberikan senyuman walaupun pelanggan bertanya berulang-ulang pada anda, bersedialah untuk tetap memberikan bantuan, gunakanlah kata-kata yang positif untuk meraih kesan baik dari pelanggan, berbicaralah dengan antusias, biarkan mata anda ikut berbicara dengan tetap memperhatikan pelanggan, lakukan dengan ketulusan, jaga sikap anda dan jangan terpancing emosi, tetaplah berikap baik.
6. Langkah yang perlu anda lakukan untuk meraih keuntungan dari usaha pemasaran online adalah; Temukan pasar ceruk (niche market), Tulis sales copy/sales letter yang menarik, Buatlah website penjualan, Gunakan Strategi SEO, Gunakan strategi seperti penulisan artikel marketing yang berisi tentang benefit dari produk atau jasa untuk mendapatkan trafik gratis, Gunakan email newsletter untuk mendapatkan lebih banyak penjualan. Tawarkan produk pendukung lainnya kepada para pelanggan anda,

Jalankan program Affiliasi supaya orang lain mau menjadi tenaga penjual untuk menjual produk/jasa di situs web mereka,. Kembangkan bisnis anda, Bawa pengunjung kembali ke situs anda karena anda akan selalu memberikan informasi, strategi atau update terbaru dari produk/jasa anda

D. Tes Formatif

1. Yang bukan termasuk dasar-dasar riset pemasaran, kecuali …
2. Bagi perusahaan atau kelompok usaha yang telah berkecimpung dalam dunia pemasaran yang telah memanfaatkan jaringan internet maupun konvensional, tentu menjadikan riset sebagai salah-satu langkah penting, karena;
3. Yang bukan merupakan keguanaan riset pemasaran adalah …
4. Semakin luas jangkauan promosi yang anda ciptakan, maka semakin besar pula peluang untuk mendatangkan konsumen sebanyak-banyaknya, karena.
5. Berikut ini adalah cara memelihara hubungan baik dengan pelanggan, kecuali…

E. Kunci Jawaban

1. subyektif
2. Merupakan cara yang efektif untuk menentukan produk atau layanan yang layak jual.
3. Menyembunyikan masalah (hide problems)
4. Jangkauan semakin banyak dan peluang akan cenderung mengikuti besarnya peluang
5. Membiarkan mata anda ikut berbicara

EVALUASI

A. Attitude skills

Tugas : Membuat website eCommerce (dalam kelompok 2 orang)

	Kerjasama					Tanggung Jawab					Berinisiatif					Disiplin				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
Persiapan Konten																				
Membuat Design																				
Peta Situs																				
Pengelolaan admin																				
Simulasi																				
Upload																				

B. Kognitif skills

Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan jelas dan benar

1. Apa yang dimaksud dengan iklan Online?
2. Apa saja keuntungan menggunakan iklan online !
3. Apa yang dimaksud dengan iklan konten (content ads)!
4. Siapa sajakah penyedia iklan yang menawarkan jasanya di internet
5. Bagaimana alur proses penjualan online
6. Dalam eCommerce strategi pemasaran berdasarkan media dilakukan melalui apa saja !
7. Komponen wajib dimiliki oleh toko online

C. Psikomotorik skills

Proyek : Pembuatan Blog lengkap dengan adsense

Buatlah blog dengan menggunakan penyedia blog gratis selain wordpress dan blogspot. Tema web tentang penjualan peralatan rumah tangga. Tuliskanlah mulai dari persiapan hinggga proses pembuatan dan lakukanlah simulasi antar teman. Buatlah design dan langkah-langkah pengerjaannya.

D. Produk/benda kerja sesuai kriteria standar

Produk yang dihasilkan berupa website penjualan peralatan rumah tangga yang ditampilkan secara online lengkap dengan pembuatan iklan Adsense bekerjasama dengan penyedia iklan adsense.

E. Batasan waktu yang telah ditetapkan

Waktu untuk mengerjakan proyek tersebut 2 minggu.

F. Kunci jawaban

- Psikomotorik Skills

Indikator	Deskripsi	Skor
Kerjasama	Mengajak teman melaksanakan tugas bersama	1
	Berbagi kesempatan dalam melakukan kegiatan	2
	Tidak mendominasi pendapat	3
	Membantu teman yang mengalami kesulitan	4
	Tidak memilih teman dalam melakukan tugas	5
Tanggung jawab	Mau menerima konsekuensi dari tindakannya	1
	Mau dan berusaha melakukan tugas secara sungguh-sungguh	2
	Tidak mengelak dan menghindar dari tugas	3
	Setelah menerima masukan segera diperbaiki	4
	Aktif bertindak untuk	5

	memperlancar proses pembelajaran	
Inisiatif	Mengatasi hambatan yang muncul.	1
	Bertindak atas peluang saat in	2
	Mengambil keputusan dengan cepat	3
	Mengantisipasi masalah dan menciptakan peluang	4
	Bertindak dengan orientasi jangka panjang	5
Disiplin	Mengerjakan tugas dengan kesungguhan	1
	Belajar sesuai dengan jadwal dan waktu yang telah ditentukan	2
	Dapat menggunakan waktu dengan baik antara belajar dan waktu bersosialisasi.	3
	Mengikuti kegiatan pembelajaran dikelas dengan gairah dan partisipasif.	4
	Menyelesaikan tugas – tugas khususnya tugas yang diberikan guru dengan baik	5

- Kognitif Skills

1. metode periklanan dengan menggunakan media internet dan web(*World Wide Web*)dengan tujuan menyampaikan pesan pemasaran (promosi) untuk menarik pelanggan

2. Keuntungan Iklan Online

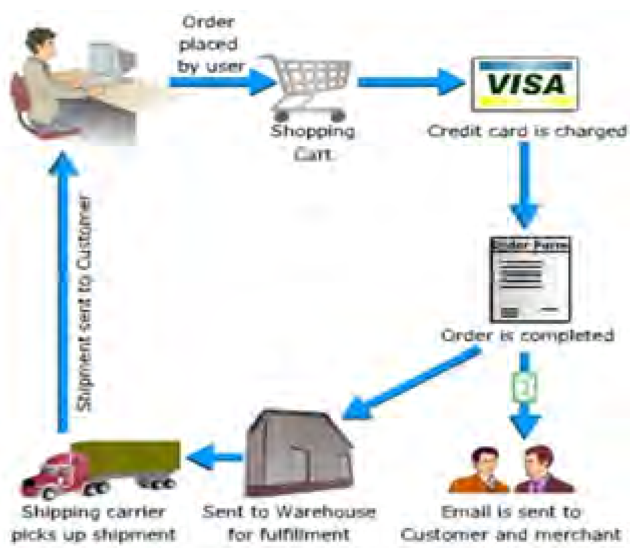
- Tidak ada tanggal kedaluwarsa.
- *Lead time*.
- Kualitas paparan.
- Kebebasan.
- Jangkauan.
- Biaya.

3. Iklan konten ditampilkan pada halaman website berupa teks link yang sesuai dengan aturan penyedia konten ads, Adapun cara kerjanya adalah sistem

Iklan konten menganalisa halaman website Anda secara berkelanjutan, mencari kata yang bersesuaian dan menampilkan link ke konten di website Anda. Ada beberapa hal yang dijadikan dasar dalam menampilkan iklan konten diantaranya adalah profil lengkap setiap bagian dari konten berdasarkan popularitas, berbagi sosial, dan komentar.

4. Penyedia iklan di Internet :
   - Ad Networks.
   - Rep Ad Agencies
   - RSS Advert
   - Sponsorship.
   - Jaringan Iklan dan Bursa Iklan
   - Bergabung dengan Group buying
   - Memanfaatkan pemasaran afiliasi
   - Menyewa space iklan banner

5.



6. Dalam eCommerce strategi pemasaran berdasarkan media dilakukan melalui; Keaslian lalu-lintas informasi, Optimalisasi Google Maps.

Kampanye Pay Per Click (PPC), Promosi di Media Sosial, Penggunaan Blog, Penggunaan Video Marketing, Surat Kabar Digital

7. Komponen wajib dimiliki oleh toko online

   a. Memililh Nama domain
   b. Foto Produk Harus Jelas dan Sama dengan Aslinya
   c. Deskripsi Produk yang Jelas
   d. Kategori dan Sub Kategori Product
   e. Fitur Search
   f. Navigasi (Menu dan Sidebar)
   g. Footer Menu
   h. Shopping Cart
   i. Banner
   j. Testimoni
   k. Informasi yang jelas
   l. Testimoni

- Psikomotorik Skills

Nama Proyek : …………………………………..

Nama Kelompok : …………………………………..

No	Aspek yang dinilai	Skor			
1	Persiapan Gambar produk Deskripsi poduk Attirubut produk Alamat Domain Tempat Hosting				
2	Design Antarmuka (Interface)				

	Peta Situs (site map) Navigas (menu) Warna				
3	Pengelolaan Admin Produk Cara Bayar Pengiriman Iklan Kerjasa dengan penyedia layanan Adsense				
4	Simulasi Pemesanan Barang Konfirmasi Pembayaran Laporan Pembelian Konfirmasi Pengiriman				

Keterangan

1 = Sangat baik

2 = Baik

3 = Cukup

4 = Kurang

PENUTUP

Ada banyak aspek yang mengarah pada keberhasilan bisnis dalam dunia online. Pemasaran adalah salah satu hal yang signifikan dan yang membuat bisnis berkembang. Saat ini, karena adanya tren belanja di internet, perusahaan yang mengadopsi strategi pemasaran menyesuaikan bagaimana calon konsumen menggunakan internet.

Pemasaran online sangat berarti banyak hal, anda dapat mempertimbangkan seperti iklan online, pemasaran mesin pencari, pemasaran affliasi, SEO (search engine optimization) sebagai pemasaran online, pemasaran dalam eComerce, dan bahkan pemasaran melalui perangkat mobile. Hal ini juga berubah dan berkembang selama dekade terakhir. Dengan munculnya Google Adsense dan bentuk lain dari yang ditargetkan, bayar per klik iklan, dan jenis lain.

Seperti yang kita ketahui bahwa pemasaran online juga mencakup pemasaran affliasi - yakni suatu metode yang menggunakan situs mitra untuk mendistribusikan produk atau jasa. Salah satu metode terbaik untuk mengembangkan jaringan afifiasi adalah dengan menyediakan konten dari isi web anda. Jika Anda dapat menyediakan konten yang berarti untuk situs mitra anda maka dengan kesempatan atau peluang yang besar anda akan mendapatkan uang pada saat yang sama, mungkin dari para pengiklan akan berpartisipasi dalam program afiliasi Anda.

Demikian yang dapat kami paparkan mengenai materi yang menjadi pokok bahasan dalam buku ini, tentunya masih banyak kekurangan dan kelemahannya, kerena terbatasnya pengetahuan dan kurangnya referensi yang ada hubungannya dengan materi ini.

Penulis berharap para pembaca untuk memberikan kritik dan saran yang membangun kepada penulis demi sempurnanya buku ini. Semoga buku ini berguna bagi peserta didik Sekolah Menengah Kejuruan jurusan pemasaran pada khususnya juga peserta didik lain pada umumnya.

DAFTAR PUSTAKA

Rob Stokes, eMarketing,2001.The essential guide to digital marketing. Quirk (Pty) Ltd

Alex Trengove Jones, Anna Malczyk, Justin Beneke. 2011. Internet Marketing. GetSmarter

www.support.google.com/adwords diakses tanggal 22 November 2013

http://advertise.bingads.microsoft.com/en-us/home diakses tanggal 20 november 2013

www.facebook.com/advertising

http://blog.marketo.com/blog/2013/07/email-marketing-what-to-test-and-how-to-test.html diakses 20 November 2013

Sarah Worsham (Sazbean), 2008. Types of Online Advertising, http://sazbean.com/2008/05/20/types-of-online-advertising/ diakses tanggal 4 November 2013

http://www.saylor.org/books eMarketing,2001.The essential guide to digital marketing.

https://support.google.com/adsense

www.google.com/adsense

www.bloger.com

http://www.marketing.co.id/pentingnya-pemasaran-langsung-melalui-perangkat-mobile/)

http://budiridwin.web.id/home/mobile-marketing.html

http://kaskus.co.id

http://varia.web.id

http://www.amazone.com)

http://hawkeyes-imc.com/wp-content/uploads/2012/09/Mobile-Marketing-Report-Indonesia.pdf

http://totalbizmarketing.com/mobile-marketing/is-your-site-mobile/mobile-website-templates.htm

http://blog.outsourcing-partners.com/2012/10/how-to-use-mobile-web-development-using-wordpress

http://www.ciputraentrepreneurship.com/penjualan-dan-pemasaran/enam-strategi-pemasaran

http//deherba.com

http://www.bloggerpemula.info/9-keuntungan-affiliate-marketing-untuk-monetasi-menguangkan-blog

http://www.anneahira.com/affiliate.htm

http://amazon.com

http://www.wordpress.com

http://handokotantra.com/cara-mendaftar-program-afiliasi-amazon.html

http://www.m-edukasi.web.id/2011/12/blog-guru-indonesia.html

http://www.dicksonadacara.com/2012/12/cara-memasang-iklan-google-adsense-ke.html

http://posoke.blogspot.com/2013/09/cara-memasang-iklan-google-adsense-di.html

https://support.google.com/adsense/answer/179887?hl=id

http://en.wikipedia.org/wiki/Digital_strategy

The Impact and Benefits of Internet on Marketing Mix, Australian Journal of Basic and Applied Sciences, 5(9): 1784-1789, 2011

http://www.wikihow.com/Create-An-Internet-Marketing-Strategy

http://www.searchenginejournal.com/the-basics-of-online-marketing-strategy-in-2013/66623/

The 13 Pillars of Internet Marketing, Purple Internet Marketing Limited, 2007-2012, http://13pillars.s3.amazonaws.com